JAHRESABSCHLUSS ZUM 31. DEZEMBER 2021 UND LAGEBERICHT

PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

UNTERFÖHRING

INHALT

LAGEBERICHT DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2021

DIE PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

Die ProSiebenSat.1 Media SE mit Sitz in Unterföhring (Deutschland) ist eine geschäftsleitende Holding mit eigenen operativen Geschäften. Sie erzielt insbesondere Umsatzerlöse aus konzerninternem Leistungsaustausch sowie aus dem Verkauf von Programmvermögen und - nebenrechten. Ihr obliegen Leitungsfunktionen wie die Unternehmensstrategie und das Risikomanagement für den ProSiebenSat.1-Konzern, Aufgaben der Beteiligungsverwaltung, der zentralen Finanzierung sowie andere Dienstleistungsfunktionen. Dabei unterscheiden wir in der ProSiebenSat. 1 Media SE drei grundsätzliche Aufgabenstellungen. Erstens die auch im Konzernabschluss separat ausgewiesene Holding Funktion, in welcher übergreifende, nicht direkt den Segmenten zuzurechnende Aktivitäten wie beispielsweise Hauptversammlungskosten, Konzerncontrolling und -rechnungswesen oder auch die Konzernstrategie beheimatet sind. Daneben gibt es sogenannte „Center of Excellence" die von allen Segmenten und der Holding in Anspruch genommen werden, leistungsgerecht verrechnet und damit kosteneffizient den Aufbau von Spezialeinheiten in den jeweiligen Konzerngesellschaften unnötig machen. Als dritten wesentlichen Bereich wurde der Aufbau und die konsequente Erweiterung unserer Shared Services Aktivitäten verstärkt, in welchen Volumentransaktionen und auch übergreifende Buchhaltungskompetenzen gebündelt und effizient für die Gruppe erbracht werden.

Die ProSiebenSat.1 Media SE steuert die von ihr direkt gehaltenen wesentlichen operativen Beteiligungen an der Seven.One Entertainment Group GmbH, Unterföhring, NCG-NUCOM Group SE, Unterföhring, ParshipMeet Holding GmbH, Hamburg und Red Arrow Studios GmbH, Unterföhring sowie indirekt die von diesen Gesellschaften gehaltenen Beteiligungen. Von diesen Beteiligungen erhält die ProSiebenSat.1 Media SE Beteiligungserträge in Form von Ergebnisabführungen oder Dividenden. Die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der ProSiebenSat.1 Media SE ist insbesondere durch dieses Beteiligungsergebnis und damit wesentlich durch die Geschäftsentwicklung des gesamten ProSiebenSat.1 Konzerns geprägt.

Die Erklärung zur Unternehmensführung nach § 289f HGB ist auf der Website der Gesellschaft (https://www.prosiebensat1.de/investor-relations/corporate-governance/erklaerung-zur-unternehmensfuehrung) öffentlich zugänglich.

ORGANISATION UND KONZERNSTRUKTUR

GESCHÄFTSTÄTIGKEIT UND SEGMENTE

Die wirtschaftliche Lage der ProSiebenSat.1 Media SE als oberste Holdinggesellschaft des Konzerns ist maßgeblich durch die nachfolgend beschriebenen Konzernaktivitäten geprägt.

Unternehmensprofil und Geschäftstätigkeit

Die ProSiebenSat.1 Group ist ein innovativer Digitalkonzern, der auf drei starken Segmenten basiert: Entertainment, Dating & Video sowie Commerce & Ventures. In Deutschland sind wir die Nummer 1 im Zuschauer- und TV-Werbemarkt, wobei sich unsere Live- und On-Demand-Angebote synergetisch ergänzen. Als Digitalkonzern nutzen wir diese Millionen-Reichweite und Expertise im Entertainment-Geschäft auch, um in anderen Branchen führende Marken aufzubauen und digitale Umsatzmärkte zu erschließen.

Seit dem 1. Januar 2021 ist unser Geschäft in drei Segmente gegliedert, die sich gegenseitig stärken. Im Entertainment-Segment vereinen wir führende lineare und digitale Entertainment-Plattformen mit dem Content-, Distributions- und Vermarktungsgeschäft. Der Fokus unserer Programmstrategie liegt auf lokalen Inhalten, die wir live und on-demand gezielt über alle Plattformen ausspielen. Damit stärken wir unsere Wettbewerbsposition und grenzen uns gegenüber multinationalen Anbietern ab. Das Segment Dating & Video (vormals: Dating), das aus der 2020 gegründeten ParshipMeet Group besteht, bietet mit dem Portfolio der Parship Group sowie dem Geschäft der The Meet Group ein breites Spektrum an Online-Dating-Plattformen. Hier konzentrieren wir uns darauf, ein synergetisches Plattform-Ökosystem für Social Entertainment, Dating und Online-Matchmaking aufzubauen und mit unserem bestehenden Entertainment-Portfolio zu vernetzen. Im Segment Commerce & Ventures bündeln wir die Investmentbereiche der ProSiebenSat.1 Group: Über Medialeistung und die Kraft unserer Marken bauen wir hier digitale Verbrauchermarken zu Marktführern auf. Unsere drei Segmente verbindet eine Vielzahl konkreter Synergien. Dabei ist die Medialeistung der ProSiebenSat.1-Plattformen das Fundament unserer starken Gruppe.

Hinter ProSiebenSat.1 stehen knapp 8.000 Mitarbeiter:innen, die mit großem Engagement die digitale Transformation der gesamten Gruppe vorantreiben. Die ProSiebenSat.1 Media SE mit Hauptsitz in München-Unterföhring ist börsennotiert.

Segmente und Markenportfolio

Das Segment Entertainment bildet die Basis unseres Unternehmens. Gleichzeitig setzt die ProSiebenSat.1 Group insbesondere auf die synergetische Verbindung mit den beiden anderen Segmenten Dating & Video sowie Commerce & Ventures:

Entertainment: Mit unseren 15 Free- und Pay-TV-Sendern in Deutschland, Österreich und der Schweiz adressieren wir unterschiedliche Zielgruppen und erreichen in unserem Kernmarkt Deutschland monatlich über 60 Mio Menschen. Hinzu kommen knapp 11 Mio Unique User über unsere Online-Kanäle. In Deutschland ist die Senderfamilie um SAT.1, ProSieben, Kabel Eins, sixx, SAT.1 Gold, ProSieben MAXX und Kabel Eins Doku sowohl im Zuschauer- als auch im TV-Werbemarkt führend. Gleichzeitig stärkt der Konzern die Reichweite seines Digital-Portfolios und baut sein Angebot an Nutzungsmöglichkeiten immer weiter aus. Ziel ist es, unterschiedliche

Zuschauergruppen unabhängig von Zeit, Ort oder Endgerät mit Bewegtbildangeboten zu erreichen.

Ein Beispiel hierfür ist die Streaming-Plattform Joyn GmbH („Joyn“): Joyn ist zentrales Element unserer Digitalstrategie und das digitale Produkt für unsere Video-Angebote – als App auf dem Connected TV, dem Smartphone oder anderen Geräten. 15 Content-Partner und über 70 Sender stellen hier ihre Inhalte zur Verfügung. Joyn bietet Zugriff auf alle Live-TV-Angebote der ProSiebenSat.1-Senderfamilie, eine umfassende Mediathek und exklusive Previews und Catch-ups aller Formate. Auch im Jahr 2022 wird der Konzern die Weiterentwicklung der Marke Joyn fortsetzen: Im Laufe des Frühjahrs werden alle mobilen Apps und die Apps des ProSiebenSat.1-Konzerns für Smart-TVs und Streaming-Devices sukzessive vom Markt genommen und durch Joyn ersetzt. Gleichzeitig bauen wir unser Inhalte-Angebot weiter aus: Auf Joyn werden dann etwa auch Previews unserer Prime-Time-Formate exklusiv zu sehen sein. Die Nachfrage der Zuschauer:innen nach frei verfügbaren Inhalten ist groß, daher spielt die Streaming-Plattform mit bis zu 4 Mio Unique Usern eine zentrale Rolle bei der Auswertung unserer Inhalte.

Teil des Digital-Angebots von ProSiebenSat.1 ist zudem die Digital Media & Entertainment-Company Studio71, die ein breites Portfolio von „Content Creators“ auf digitalen Plattformen wie YouTube, Facebook und Instagram vermarktet und distribuiert und damit insbesondere die junge Zielgruppe zwischen 18 und 25 Jahren adressiert. Mit diesem Digital-Portfolio für das junge Publikum sowie insbesondere auch durch die Positionierung der Entertainment-Marke ProSieben, die gezielt jüngere Zuschauer:innen zwischen 14 und 39 Jahren anspricht, unterscheidet sich das Entertainment-Geschäft der Gruppe vom Wettbewerb.

Von diesem Medienmix profitiert ProSiebenSat.1 im Zuschauer- wie auch im Werbemarkt. Denn durch eine plattformübergreifende Zuschaueransprache bieten wir unseren Werbekund:innen ein crossmediales Vermarktungsportfolio, sichern die Relevanz von TV-Inhalten auch bei jungen Zielgruppen und stärken die Zuschauerbindung. Dabei begleitet der Konzern mit den Tochterunternehmen Seven.One Media GmbH („Seven.One Media“) und Seven.One AdFactory GmbH („Seven.One AdFactory“) Werbekund:innen und Agenturen von der Ideenfindung über die Konzeption bis zur Umsetzung.

Die ProSiebenSat.1 Group verfolgt eine crossmediale Strategie und treibt die Digitalisierung aktiv voran. Werbung zielgruppenspezifisch anbieten und beispielsweise nach soziodemografischen Kriterien ausstrahlen zu können, stellt einen weiteren wichtigen Erfolgsfaktor in der Vermarktung dar. In diesem Kontext investiert ProSiebenSat.1 auch weiterhin in die Bereiche AdTech und Data. Die Seven.One Entertainment Group vereint diesen Bereich wie auch alle Sendermarken sowie das Content-, Distributions- und Vermarktungsgeschäft unter einem Dach.

Das internationale Programmproduktions- und Vertriebsgeschäft von ProSiebenSat.1 wird unter der Dachmarke Red Arrow Studios GmbH („Red Arrow Studios“) zusammengefasst. Dazu zählen internationale Produktionsgesellschaften, darunter die deutschsprachige RedSeven Entertainment GmbH („Redseven Entertainment“), das TV-Vertriebshaus Red Arrow Studios International sowie die Digital Media & Entertainment-Company Studio71. Im Fokus steht hier insbesondere das deutschsprachige Produktionsgeschäft, etwa mit Redseven Entertainment. Auf diese Weise unterstützt Red Arrow Studios das strategische Ziel des Konzerns, die lokalen, eigenproduzierten Programmanteile auf den Unterhaltungskanälen von ProSiebenSat.1 konsequent zu erhöhen.

Dating & Video: Nach dem Motto „Meet – Date – Love“ decken wir mit der ParshipMeet Group ein breites Spektrum des Online-Dating-Markts ab. Auch geografisch ist die ParshipMeet Group breit diversifiziert: Dating-Plattformen wie eharmony, Parship, ElitePartner und LOVOO unterstützen Singles in Nordamerika, Europa und Australien bei der Partnersuche. Video-basierte Social-Dating- und Entertainment-Apps wie MeetMe, Skout, Tagged oder GROWLr ermöglichen ihren Nutzer:innen weltweit Kontakte und Unterhltung. Auf diese Weise kann die ParshipMeet Group

unterschiedlichen Kundengruppen ein umfassendes Angebot für ihre Suche nach Freundschaften, Flirts oder Liebe machen.

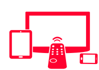
Das Portfolio ist durch ein klassisches Plattformgeschäft gekennzeichnet und gut skalierbar. Der starke Entertainment-Aspekt eröffnet zugleich große Kooperationsmöglichkeiten mit unserem Entertainment-Segment. Dabei ist das Erlösmodell diversifiziert und umfasst neben lang- und kurzfristigen Abonnements auch Plattformdienste, Einnahmen aus In-App-Käufen und Marketingleistungen sowie Vertriebserlöse. Insbesondere das Live-Video-Streaming-Know-how der ParshipMeet Group, stärkt unsere Position im Dating-Geschäft und eröffnet zusätzliches Erlöspotenzial. So nutzen wir beispielsweise unsere video-Platform-as-a-Service-Lösung („vPaaS"), die Streamer:innen die Möglichkeit bietet, plattformübergreifend ein breites Publikum zu erreichen, nicht nur für die eigenen Angebote, sondern stellen sie auch Drittunternehmen zur Verfügung. Weitere Einsatzfelder werden kontinuierlich konzernübergreifend geprüft und könnten darüber hinaus ebenfalls zusätzlich an Dritte lizenziert werden.

Das Segment Dating & Video mit der ParshipMeet Group ist aus einem erfolgreichen Commerce & Ventures-Geschäft entstanden: Das initiale Investment im Bereich Online-Matchmaking erfolgte 2012 über eine Media-for-Revenue-Partizipation an Parship, in den folgenden Jahren hat ProSiebenSat.1 dann die Mehrheit erworben und weitere Online-Dating-Marken akquiriert. In diesem Kontext hat die ProSiebenSat.1 Group im Jahr 2020 die The Meet Group erworben, die das Portfolio der Parship Group synergetisch ergänzt und wesentlich zur Umsatzdiversifizierung des Konzerns beiträgt.

Commerce & Ventures: Im Segment Commerce & Ventures bündeln wir unsere verschiedenen Beteiligungen an Digitalunternehmen mit Verbraucherfokus. Durch ein breites Spektrum an Beteiligungsformen verfügen wir über die Möglichkeit, Unternehmen in den verschiedensten Wachstumsphasen zu begleiten: von der Seed-Finanzierung über Media-for-Revenue- und Media-for-Equity-Deals bis hin zu strategischen Mehrheitsbeteiligungen. Dabei verbindet die Unternehmen eine gemeinsame Basis: Wir investieren in Digitalfirmen, die von der Reichweite unserer Plattformen profitieren.

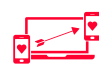
Am Anfang unserer Wertschöpfungskette steht der SevenAccelerator, der zu unserem Investitionsarm SevenVentures GmbH („SevenVentures) gehört. Bei SevenVentures unterstützen wir Unternehmen durch Media-for-Revenue- oder Media-for-Equity-Geschäfte mit unserer TV- und Digital-Reichweite und machen die Verbrauchermarken auf diese Weise bekannt. Neben diesen Minderheitsbeteiligungen gehören strategische Minderheits- und Mehrheitsbeteiligungen unseres Investitionsvehikels SevenGrowth ebenso zu diesem Segment wie das Portfolio der NCG – NUCOM GROUP SE („NuCom Group"). Mit dieser fokussierten Aufstellung will ProSiebenSat.1 die direkte Zusammenarbeit zwischen Gesellschaftern und Beteiligungsunternehmen weiter fördern und so das Synergiepotenzial innerhalb des Konzernverbunds noch stärker ausbauen.

SEGMENTE DER PROSIEBENSAT.1 GROUP IM GESCHÄFTSJAHR 2021



ENTERTAINMENT

Das Segment Entertainment umfasst die Seven.One Entertainment Group mit unseren Sendermarken und dem Content-, Distributions- und Vermarktungsgeschäft, sowie das Produktions- und Vertriebsgeschäft der Red Arrow Studios und Studio71.



DATING & VIDEO[1]

Im Dating & Video-Segment decken wir mit der ParshipMeet Group ein breites Spektrum von Social Entertainment über Dating bis hin zu Online-Match-making ab.



COMMERCE & VENTURES

In diesem Segment bündeln wir unsere Beteiligungen an digitalen Commerce-Unternehmen mit starkem Verbraucherfokus. Diese begleiten wir mit unseren Investitionsoptionen in den verschiedensten Wachstumsphasen.

1 Das Segment Dating & Video wurde in den ersten drei Quartalen 2021 als Segment Dating berichtet und im vierten Quartal in Dating & Video umbenannt.

UNTERNEHMENSSTRUKTUR UND BETEILIGUNGEN

Die wirtschaftliche Entwicklung der ProSiebenSat.1 Group wird maßgeblich durch die unmittelbar und mittelbar gehaltenen Tochtergesellschaften bestimmt. Konzernobergesellschaft ist die ProSiebenSat.1 Media SE. In dieser Funktion zählen unter anderem die zentrale Finanzierung, das konzernweite Risikomanagement sowie die Weiterentwicklung der Unternehmensstrategie zu ihren Aufgaben.

STRATEGIE UND STEUERUNGSSYSTEM

STRATEGIE UND ZIELE

ProSiebenSat.1 ist ein innovativer Digitalkonzern und das Zuhause populärer Unterhaltungs- sowie digitaler Verbrauchermarken. Der strategische Fokus unserer Gruppe liegt auf einem diversifizierten Konzernportfolio, das aus drei starken Segmenten besteht: Entertainment, Dating & Video sowie Commerce & Ventures.

Unser Ziel ist es, in allen drei Segmenten profitabel zu wachsen. Dafür heben wir auch konsequent die Synergien zwischen unseren drei Geschäftsbereichen. Unsere Reichweite und Media-Power sind hier die Basis. Durch unser diversifiziertes Umsatz- und Ergebnisprofil stärken wir immer mehr unsere Unabhängigkeit von klassischen TV-Werbeerlösen und damit die Resilienz unseres Geschäftsmodells. Dies hat sich während der COVID-19-Pandemie klar gezeigt.

Der Megatrend Digitalisierung ist und bleibt einer der bestimmenden Faktoren für die Entwicklung unseres Unternehmens. Die Digitalisierung verändert unsere Geschäftsfelder und bietet große Chancen. Beispielsweise wird die Mediennutzung immer digitaler: Fernsehinhalte können zu jeder Zeit, auf jedem Gerät und von jedem Ort abgerufen werden. Die TV-Vermarktung profitiert von modernen Technologien wie Addressable TV, die es beispielsweise ermöglichen, TV-Werbung auf internetfähigen Geräten in Echtzeit auszusteuern und Zielgruppen passgenau anzusprechen. Auch in den Konsummärkten, in denen die ProSiebenSat.1 Group aktiv ist, beschleunigt sich der digitale Wandel immer mehr und treibt die Nutzung von Online-Angeboten voran. Dies gilt auch für Online- bzw. Live-Videos in Branchen wie Dating, die durch die zunehmende Digitalisierung weiter an Bedeutung gewinnen.

Aus den Veränderungen in den Marktumfeldern ergeben sich für die ProSiebenSat.1 Group vielfältige Chancen, die in der Strategie des Konzerns reflektiert sind.

Was uns antreibt

Marken zu stärken und unvergessliche Momente zu schaffen – das ist der Kern unserer Gruppe und treibt uns jeden Tag an. Wir informieren, unterhalten und verbinden Menschen rund um die Uhr. Wir bieten ihnen Produkte, Services und Erlebnisse, die ihren Alltag bereichern. So erreichen wir Tag für Tag Millionen von Menschen.

Wir zeigen Unterhaltung und Information auf allen Plattformen – live und on-demand. Hiermit leisten wir auch einen wichtigen Beitrag zur Meinungsbildung und Meinungsvielfalt. Die große Reichweite unserer Entertainment-Angebote nutzen wir, um Marken bekannt zu machen und schaffen Umfelder, in denen sie nachhaltig wachsen können. Davon profitieren nicht nur die Marken unserer Werbekund:innen, sondern auch unsere eigenen Verbrauchermarken in den Segmenten Dating & Video sowie Commerce & Ventures. Hier investieren wir in digitale Marken und Geschäftsmodelle sowie internationale Plattformen mit langfristigen Wachstumsaussichten und einem hohen Synergiepotenzial mit unserem Entertainment-Segment.

Unsere Investitionswährung Reichweite bietet uns die Möglichkeit, Produkte effizient bei einem Millionenpublikum zu vermarkten und neue Wachstumsfelder mit geringem unternehmerischem Risiko zu schaffen. Diese Investitionsstrategie in Kombination mit einem attraktiven

Entertainment-Geschäft stärkt unseren ROI (Return on Investment) sowie unsere Dividendenrendite.

Wir wollen einer der führenden digitalen Infotainment- und Entertainment-Anbieter in der DACH-Region sein und mit dieser Stärke weltweite, synergetische digitale Verbraucherplattformen auf- und ausbauen. Quelle unserer Synergien ist unser Know-how in den Bereichen Content, digitale Geschäftsmodelle, Plattformen und Verbrauchermarken. Auf diese Weise treiben wir das Wachstum und die Wertsteigerung der ProSiebenSat.1 Group voran.

Segment Entertainment

Im Segment Entertainment konzentrieren wir uns auf die Kernmärkte Deutschland, Österreich und Schweiz. Hier vereinen wir führende lineare und digitale Entertainment-Plattformen mit dem Content-, Distributions- und Vermarktungsgeschäft.

Unser Anspruch ist es, auch künftig Marktführer für Video-Inhalte in der DACH-Region zu sein: Dafür fokussieren wir uns auf die Produktion von lokalen, relevanten Inhalten, die wir immer mehr selbst produzieren sowie gezielt live und on-demand über alle Plattformen ausspielen. Insbesondere unsere Streaming-Plattform Joyn sowie unsere Digital Media & Entertainment-Company Studio71 spielen für unsere wachsende digitale Reichweite eine wichtige Rolle.

Mit unserem Digital-Fokus erhöhen wir unsere Gesamtreichweite und stärken unsere Monetarisierungsmöglichkeiten. Vor allem durch moderne, digitale Werbeprodukte ermöglichen wir unseren Werbekund:innen die zielgerichtete Ansprache von Nutzer:innen und erschließen damit zusätzliches Umsatzpotenzial.

Auf diese Weise schaffen wir ein zukunftsfittes, profitables Entertainment-Geschäft und die Grundlage für Wachstum in den anderen beiden Segmenten.

Segment Dating & Video

Die ParshipMeet Group bietet mit dem Portfolio der Parship Group sowie dem Geschäft der The Meet Group ein breites Spektrum an Online-Dating-Plattformen. Wir wollen die ParshipMeet Group als einen der führenden international agierenden Mobile-First-Player in den Bereichen Dating und Social Entertainment etablieren. Dazu bauen wir ein synergetisches Plattform-Ökosystem für Social Entertainment, Dating und Online-Matchmaking auf.

Die ParshipMeet Group agiert in einem stark wachsenden Marktumfeld mit einem breit aufgestellten Erlösmodell. Dazu gehören kurz- und langfristige Abonnements, der Verkauf virtueller Güter, Marketingleistungen und Vertriebserlöse. Die Plattformen sprechen eine breite Zielgruppe in einem großen geografischen Raum an. Ein wichtiges Element ist das Know-how der ParshipMeet Group im Bereich Live-Video-Streaming. Das stärkt unsere Position im Dating-Geschäft und eröffnet neues Wachstumspotenzial für den gesamten Konzern.

Segment Commerce & Ventures

Im Segment Commerce & Ventures bündeln wir die Wachstumsgeschäfte der ProSiebenSat.1 Group, die wir über Medialeistung und die Kraft unserer Marken aufbauen und erfolgreich machen. Über unsere unterschiedlichen Beteiligungsformen können wir Unternehmen in den verschiedensten Wachstumsphasen begleiten. Unser Ziel ist es, hier zum führenden Markeninvestor in der DACH-Region zu werden. Dafür investieren wir in digitale Verbrauchermarken mit langfristigem strukturellen Wachstumspotenzial und Synergien mit unserem Unterhaltungsgeschäft.

Am Anfang unserer Wertschöpfungskette steht der SevenAccelerator, der sich auf digitale Start-ups in der Frühphase konzentriert. Mit unserem Investitionsarm SevenVentures unterstützen wir junge Unternehmen durch Media-for-Revenue- oder Media-for-Equity-Geschäfte mit unserer Reichweite bei ihrem Wachstum und bauen damit Minderheitsbeteiligungen auf. Darüber hinaus gehören auch strategische Minderheits- und Mehrheitsbeteiligungen unseres Investitionsvehikels SevenGrowth zu diesem Segment, ebenso wie das Portfolio der NuCom Group. Hierbei stehen die Synergiepotenziale mit unserem Entertainment-Geschäft im Vordergrund.

Im Zentrum unserer Investitionsstrategie steht unsere Reichweite: Wir finanzieren Wachstum auch ohne hohe Barinvestments über Media, nach dem Prinzip „Reichweite trifft Idee". Mit dieser Investmentstrategie erschließen wir neue Marktsegmente wie etwa zuletzt bei der Investition in die Online-Fitness-Plattform Urban Sports GmbH („Urban Sports Club"). Zugleich erzielen wir attraktive Renditen und können unseren Aktionär:innen eine ertragsorientierte Ausschüttung bieten.

Dabei gilt: Wir bewerten kontinuierlich, ob ProSiebenSat.1 in der jeweils nächsten Entwicklungsphase immer noch der beste Eigentümer des jeweiligen Unternehmens ist. Sollte ein Geschäft keine starke Nähe zu unserem Entertainment-Geschäft oder kein Potenzial für ein internationales Plattformgeschäft mehr haben, sind wir bereit, diese gut entwickelten Commerce-Marken an einen geeigneteren Eigentümer zu verkaufen und den geschaffenen Wert zu realisieren.

Unsere Synergien

Unsere drei Segmente verbindet eine Vielzahl konkreter Synergien, die sich positiv sowohl auf die Umsatz- als auch auf die Ergebnisentwicklung der Gruppe auswirken. Dabei ist die Medialeistung der ProSiebenSat.1-Plattformen das Fundament unserer starken Gruppe.

Das Entertainment-Geschäft bietet durch die Reichweite und Vermarktungsangebote unserer Plattformen die Möglichkeit, die Bekanntheit der ParshipMeet-Marken in den deutschsprachigen Märkten weiter zu steigern. Dies hat bereits in der Vergangenheit die marktführenden Positionen der Dienste Parship und ElitePartner in ihren deutschsprachigen Märkten deutlich unterstützt. Wir wollen darüber hinaus die Bereiche Entertainment und Dating & Video eng verzahnen: Durch die Kombination der Live-Video-Streaming-Kompetenz der ParshipMeet Group mit unserer Entertainment-Expertise schaffen wir neue Synergiemöglichkeiten.

Gleichzeitig bauen wir durch die Reichweite und Vermarktungsangebote unseres Entertainment-Geschäfts sowohl unsere eigenen Commerce-Marken als auch die unserer Ventures-Partner zu führenden Verbrauchermarken auf. Mit der Werbung auf unseren Plattformen unterstützen wir die Unternehmen dabei, ihre Markenbekanntheit zu stärken und Umsatz und Unternehmenswert zu erhöhen. Dadurch entstehen langfristige, enge Kundenbeziehungen zwischen den Unternehmen und unserer Vermarktung. Zusätzlich generieren wir über unsere Commerce-Beteiligungen Daten, mit denen wir unsere Werbeangebote adressierbar machen und individuell auf unsere Nutzer:innen zuschneiden können.

Unsere Ziele

Mit dieser Strategie will die ProSiebenSat.1 Group auch mittel- und langfristig attraktiv für alle Stakeholder sein und mit einer klaren Ergebnis- und Cashflow-Orientierung in allen drei Segmenten profitabel wachsen – auch um den Anteil der Geschäftsbereiche außerhalb der TV-Werbeerlöse in der DACH-Region zunehmend zu vergrößern. Im Mittelpunkt steht dabei ein konsequentes Wertschaffen: Deshalb hat der Konzern weiterhin das Ziel, mittelfristig einen P7S1 ROCE (Return on Capital Employed) von über 15 Prozent zu erreichen, eine verlässliche Dividende von ca. 50 Prozent des adjusted net income an die Aktionär:innen auszuschütten sowie einen Verschuldungsgrad in einer Bandbreite von 1,5x bis 2,5x zu erzielen.

Darüber hinaus bekennt sich die ProSiebenSat.1 Group klar zu ihren Verpflichtungen in den Bereichen Gesellschaft, Diversität & Inklusion, Klima & Umwelt sowie Governance & Compliance, die die Basis unserer Nachhaltigkeitsstrategie bilden. Dabei richtet der Konzern seine Nachhaltigkeitsarbeit an den UN-Zielen für nachhaltige Entwicklung aus.

PLANUNG UND STEUERUNG

Steuerungsgröße für die ProSiebenSat.1 Media SE als Konzernobergesellschaft ist der handelsrechtliche Bilanzgewinn. Insbesondere durch das Beteiligungsergebnis in Form von Gewinnabführungen und Ausschüttungen von verbundenen Unternehmen soll die Umsetzung der langfristigen Dividendenpolitik sichergestellt werden. Daher ist die Steuerung des gesamten Konzerns wesentlich für die ProSiebenSat.1 Media SE.

Der Bilanzgewinn und das entsprechende Beteiligungsergebnis hängen im Wesentlichen von der wirtschaftlichen Entwicklung der ProSiebenSat.1 Group ab. Das kennzahlenbasierte Steuerungssystem der ProSiebenSat.1 Group bildet die Grundlage für alle wirtschaftlichen und strategischen Entscheidungen des Unternehmens. Die unternehmensspezifischen Leistungsindikatoren ergeben sich aus der Konzernstrategie und umfassen sowohl finanzielle als auch nichtfinanzielle Aspekte. Ihre Planung und Steuerung erfolgt zentral über den Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE. Der Planungs- und Steuerungsprozess wird durch die Überwachung der Kennzahlen auf Basis regelmäßig aktualisierter Daten ergänzt. Dazu zählt auch die Beurteilung von Entwicklungen im Rahmen des Chancen- und Risikomanagements.

Unternehmensinternes Steuerungssystem

Die für die ProSiebenSat.1 Group spezifischen Leistungsindikatoren orientieren sich an den Interessen der Kapitalgeber:innen und umfassen neben Aspekten einer ganzheitlichen Umsatz- und Ergebnissteuerung auch die Finanzplanung.

ÜBERSICHT BEDEUTSAMSTE LEISTUNGSINDIKATOREN ZUM 31. DEZEMBER 2021

BEDEUTSAMSTE NICHTFINANZIELLE LEISTUNGSINDIKATOREN
Segment Entertainment
– Zuschauermarktanteile

BEDEUTSAMSTE FINANZIELLE LEISTUNGSINDIKATOREN
Konzern
– Umsatzerlöse
– Adjusted EBITDA
– Adjusted net income
– Adjusted Operating Free Cashflow
– P7S1 ROCE
– Verschuldungsgrad

Bedeutsamste nichtfinanzielle Leistungsindikatoren: Die Entwicklung der Zuschauermarktanteile ist ein wichtiges Kriterium bei der Programm- und Mediaplanung im werbefinanzierten TV-Geschäft. Zudem dienen die Daten als Richtwert für die Kalkulation von Werbezeitenpreisen: Sie sagen aus, wie viele potenzielle Kund:innen eine Sendung erreicht. Dabei rücken die Zuschauermarktanteile in der Prime Time verstärkt in den Fokus, da insbesondere die Prime Time von 20:15 Uhr bis 23:00 Uhr die Hauptwerbezeit darstellt.

Die TV-Nutzungsdaten werden in Deutschland im Auftrag der AGF Videoforschung GmbH („AGF Videoforschung“) von der GfK Fernsehforschung erhoben. Die ProSiebenSat.1 Group wertet die von den Instituten empirisch erhobenen Zuschauerquoten täglich aus. Neben diesen Daten zu linearem TV-Konsum analysieren wir zusätzlich digitale Reichweitenkennzahlen sowie KPIs zu unseren datenbasierten Geschäftsmodellen. Ein Beispiel hierfür sind die gemessenen Daten aus HbbTV.

Bedeutsamste finanzielle Leistungsindikatoren: Die zentralen Kennzahlen zur Profitabilitätssteuerung sind die Umsatzerlöse, das adjusted EBITDA, das adjusted net income, der adjusted Operating Free Cashflow, der P7S1 ROCE (Return on Capital Employed) sowie der Verschuldungsgrad. Ein vorrangiges Ziel ist die Steigerung der genannten Ergebnisgrößen durch kontinuierliches profitables Umsatzwachstum in allen Segmenten; gleichzeitig trägt ein aktives Portfoliomanagement im Segment Commerce & Ventures dazu bei. Dabei fungieren die Geschäftseinheiten größtenteils als Profit Center: Das bedeutet, sie handeln mit voller Umsatz- und Ergebnisverantwortung. Zudem ist Flexibilität eine wichtige Voraussetzung für unseren Erfolg, da sich die ProSiebenSat.1 Group in einem sehr dynamischen Branchenumfeld bewegt. Die Organisationseinheiten treffen ihre operativen Entscheidungen daher – innerhalb der zentral verabschiedeten Rahmenvorgaben – eigenständig und abgestimmt auf das Wettbewerbsumfeld – sowie mit der klaren Zielsetzung, durch Synergien Mehrwert für unsere Aktionär:innen zu schaffen.

Die Ertragskennzahl adjusted EBITDA steht für das bereinigte Betriebsergebnis (Ergebnis vor Zinsen, Steuern sowie Abschreibungen). Sondereffekte – wie beispielsweise M&A-bezogene Aufwendungen, Reorganisationsaufwendungen und Aufwendungen aus Rechtsstreitigkeiten – werden nicht berücksichtigt, sodass diese Kennzahl für den Vorstand als Hauptentscheidungsträger zur Beurteilung der operativen Ertragskraft des Konzerns dient. Das adjusted net income ist das den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnende bereinigte Konzernergebnis; es bietet einen geeigneten Anhaltspunkt für die Dividendenbemessung. Neben Anpassungen aus dem adjusted EBITDA werden hier insbesondere Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen und weitere Sondereffekte bei der Berechnung bereinigt.

Sondereffekte können die operative Geschäftsentwicklung beeinflussen oder gar überlagern und einen Mehrjahresvergleich erschweren. Daher stellen bereinigte Ergebnisgrößen geeignete Performance-Maße dar, die nachhaltige Entwicklung der Ertragskraft des Konzerns und seiner Segmente zu bewerten. Die Betrachtung unbereinigter Ertragskennzahlen ermöglicht jedoch den ganzheitlichen Blick auf die Aufwands- und Ertragsstruktur. Relevant ist in diesem Kontext – zusätzlich zu den bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikatoren Umsatzerlöse, adjusted EBITDA, adjusted net income, adjusted Operating Free Cashflow, P7S1 ROCE und Verschuldungsgrad – auf Konzernebene das EBITDA als weniger bedeutsamer Leistungsindikator. Da Steuer- und Abschreibungseinflüsse sowie die Finanzierungsstruktur nicht berücksichtigt werden, ermöglicht das EBITDA zudem eine einfachere Bewertung im internationalen Wettbewerbsvergleich.

Zur weiteren Fokussierung auf die operative Cashflow-Steuerung der Bereiche hat der Konzern im Geschäftsjahr 2021 den adjusted Operating Free Cashflow als bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikator eingeführt. Seit 2021 ersetzt dieser den Free Cashflow vor M&A als relevante Cashflow-Steuerungsgröße des Konzerns. Der adjusted Operating Free Cashflow wird definiert als operativer Free Cashflow vor Zinsen und Steuern und berechnet sich aus dem adjusted EBITDA korrigiert um Cash-neutrale Aufwendungen und Erträge sowie abzüglich Investitionen (Programm- und sonstige Investitionen) und Veränderungen im Working Capital.

Darüber hinaus stellt der P7S1 ROCE (Return on Capital Employed) einen weiteren bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikator zur Profitabilitätssteuerung dar. Er ermittelt sich aus dem Verhältnis des adjusted EBIT (bereinigtes Ergebnis vor Zinsen und Steuern) zuzüglich Pensionsaufwendungen und Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen zum durchschnittlich eingesetzten Kapital. Das

adjusted EBIT ist das um Sondereffekte bereinigte Betriebsergebnis. Neben den Sondereffekten des adjusted EBITDA werden hierbei die Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen (Konzernunternehmen und at-Equity Beteiligungen) sowie aus Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte bereinigt. Das eingesetzte Kapital ist die Differenz aus immateriellen Vermögenswerten (inkl. Geschäfts- oder Firmenwerte sowie Kaufpreisallokationen), Sachanlagen, at-Equity bewerteten Anteilen, Media-for-Equity-Investitionen, Programmvermögen, Vorräten, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie kurzfristigen sonstigen finanziellen Vermögenswerten (exklusive Derivate) und übrigen Forderungen und Vermögenswerten abzüglich Sonstige Rückstellungen, Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, Verbindlichkeiten gegenüber at-Equity bewerteten Anteilen und Übrigen Verbindlichkeiten. Dabei bezieht sich der Wert auf den Durchschnitt der Stichtage der letzten fünf Quartale.

Ziel ist, mittelfristig eine Rendite auf das eingesetzte Kapital, also einen P7S1 ROCE, von mindestens 15 Prozent zu erzielen. Dafür sollen sich Erweiterungs- und Neuinvestitionen grundsätzlich innerhalb von drei Jahren amortisieren und dabei einen internen Zinsfuß (IRR = Internal Rate of Return) von mindestens 18 Prozent erwirtschaften. Strategische Projekte sollen sich im Regelfall innerhalb von fünf Jahren amortisieren. Dazu betreibt der Konzern eine konsequente Steuerung von Investitionen und bewertet dafür jedes Projekt in den Segmenten nach gleichen Zielparametern.

Die ProSiebenSat.1 Group investiert in Märkte mit langfristigen Wachstumschancen und prüft ihre Möglichkeiten für Portfolioerweiterungen. Teil der Investitionsstrategie ist die Akquisition von Unternehmen, die unser Portfolio synergetisch ergänzen und nachhaltig Wert für die Gruppe schaffen. Ein wichtiger Leistungsindikator für die Finanzplanung des Konzerns ist dabei ein kapitaleffizienter Verschuldungsgrad. Der Verschuldungsgrad gibt die Höhe der Netto-Finanzverbindlichkeiten im Verhältnis zum sogenannten LTM adjusted EBITDA an – dem adjusted EBITDA, das die ProSiebenSat.1 Group in den jeweils letzten zwölf Monaten realisiert hat (LTM = last twelve months). Zielwert ist ein Faktor zwischen 1,5x und 2,5x zum jeweiligen Jahresende, unterjährige Schwankungen können zu einer kurzfristigen Überschreitung des Zielkorridors führen, wenn unter anderem wichtige strategische Investitionen notwendig sind.

Finanzielle und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren sind die Grundlage der Unternehmenssteuerung. Es ist daher konsequent, sie als Bemessungsgrundlage für eine zielorientierte variable Vergütung einzubeziehen: Für Mitarbeiter:innen auf den oberen Managementebenen sowie ausgewählte Vertriebsfunktionen ist der Performance Bonus relevant; dieser bemisst sich am Unternehmenserfolg und basiert auf den bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikatoren Umsatz, adjusted EBITDA sowie dem adjusted Operating Free Cashflow.

Als variable Bemessungsgrundlage für die Vergütung des Vorstands dienten im Geschäftsjahr 2021 das adjusted net income, das EBITDA, der Free Cashflow vor M&A sowie der relative Total Shareholder Return. Am 1. Juni 2021 hat die Hauptversammlung ein neues Vergütungssystem für den Vorstand gebilligt, das bei Neuabschlüssen von Vorstandsdienstverträgen sowie bei Vertragsverlängerungen zur Anwendung kommt. Da es seit dem 1. Juni 2021 keine Neuabschlüsse sowie Vertragsverlängerungen mit Wirksamkeit im Geschäftsjahr 2021 gab, gilt in diesem Geschäftsjahr weiterhin das seit dem 1. Januar 2018 bestehende Vorstandsvergütungssystem. Im neuen Vergütungssystem hat der Aufsichtsrat das adjusted EBITDA sowie den adjusted Operating Free Cashflow als relevante finanzielle Erfolgsziele der kurzfristigen variablen Vergütung (Short Term Incentive) des Vorstands festgelegt. Im Short Term Incentive sind des Weiteren ESG-Ziele beinhaltet. Hingegen sind für die langfristige variable Vergütung (Long Term Incentive) des Vorstands die Erreichung des P7S1 ROCE sowie des relativen Total Shareholder Return von entscheidender Relevanz.

DEFINITION VON AUSGEWÄHLTEN NON-IFRS-KENNZAHLEN

ADJUSTED EBITDA

Adjusted EBITDA steht für adjusted Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization. Es beschreibt das um bestimmte Einflussfaktoren (Sondereffekte) bereinigte Betriebsergebnis (Ergebnis vor Zinsen, Steuern sowie Abschreibungen und Wertberichtigungen). Zu diesen Sondereffekten zählen:

- **M&A-bezogene Aufwendungen beinhalten Beratungsaufwendungen und sonstige Aufwendungen für laufende, abgeschlossene oder abgebrochene M&A-Transaktionen sowie Kosten, die im Zusammenhang mit einem Börsengang oder Delisting-Prozess stehen und Integrationskosten, die innerhalb eines Jahres nach dem wirtschaftlichen Erwerb anfallen.**
- **Reorganisationsaufwendungen enthalten Sach- und Personalkosten für Reorganisationen und Restrukturierungen. Sie umfassen Aufwendungen wie Abfindungen, Freistellungsgehälter, Beratungskosten, Rechtsberatungskosten sowie Wertminderungen von jeweils mindestens 0,5 Mio Euro.**
- **Aufwendungen für Rechtstreitigkeiten enthalten Ansprüche, Strafen, Bußgelder sowie Beratungskosten von jeweils mindestens 0,5 Mio Euro, die im Zusammenhang mit wesentlichen abgeschlossenen, laufenden oder drohenden Rechtsstreitigkeiten stehen.**
- **Anpassungen des beizulegenden Zeitwerts anteilsbasierter Vergütungen umfassen den ergebniswirksamen Teil der Änderungen des beizulegenden Zeitwertes von durch Barausgleich erfüllten anteilsbasierten Vergütungsplänen.**
- **Ergebnisse aus Änderungen des Konsolidierungskreises beinhalten Erträge und Aufwendungen im Rahmen von Fusionen, Unternehmensabspaltungen, Erwerben oder Verkäufen von Konzernunternehmen.**
- **Ergebnisse aus sonstigen wesentlichen Einmaleffekten beinhalten vom Finanzvorstand freigegebene, nicht mit der laufenden operativen Performance im Zusammenhang stehende Geschäftsvorfälle. Die ProSiebenSat.1 Group versteht unter wesentlichen Maßnahmen in diesem Zusammenhang Geschäftsvorfälle von jeweils mindestens 0,5 Mio Euro.**
- **Bewertungseffekte aus der strategischen Neuausrichtung von Business Units enthalten Aufwendungen im Rahmen von Veränderungen des zugrundeliegenden Geschäftszwecks bzw. der Strategie der betroffenen Einheiten von jeweils mindestens 25 Mio Euro.**

ADJUSTED NET INCOME

Das adjusted net income ist das den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnende Konzernergebnis, bereinigt um obenstehende, im Rahmen des adjusted EBITDA dargestellte Sondereffekte sowie bereinigt um weitere Sondereffekte. Zu diesen weiteren Sondereffekten zählen:

– Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen.
– Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte.
– Bewertungseffekte im sonstigen Finanzergebnis enthalten Wertminderungen und Neubewertungseffekte von Beteiligungen, nach der Equity-Methode bilanzierten Unternehmen und sonstigen finanziellen Vermögenswerten, die im sonstigen Finanzergebnis erfasst werden. Darüber hinaus kann die Group im Zuge mehrstufiger Unternehmenserwerbe die Beherrschung über bisher nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungsunternehmen erwerben. Die Effekte aus der Bewertung derartiger ursprünglicher Anteile zum beizulegenden Zeitwert im Rahmen der Erstkonsolidierung fallen auch unter diese Kategorie.
– Bewertungseffekte aus Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten enthalten Bewertungs-, Währungs- und Zinseffekte aus Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten.
– Bewertungseffekte aus Sicherungsgeschäften enthalten Ineffektivitäten und Auflösungen von im sonstigen Gesamtergebnis erfassten Beträgen aus Cashflow-Hedges sowie Effekte aus Sicherungsgeschäften, für die kein Hedge-Accounting im Sinne des IAS 39 Anwendung findet.
– Ergebnisse aus sonstigen wesentlichen Einmaleffekten beinhalten nicht mit der laufenden operativen Performance im Zusammenhang stehende Geschäftsvorfälle. Die ProSiebenSat.1 Group versteht unter wesentlichen Maßnahmen in diesem Zusammenhang Geschäftsvorfälle von jeweils mindestens 0,5 Mio Euro.
Darüber hinaus werden die aus den Bereinigungen resultierenden Steuereffekte und Effekte auf das anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Periodenergebnis ebenfalls bereinigt.

AUSWEIS UND NUTZEN VON NON-IFRS-KENNZAHLEN

Dieser Lagebericht enthält neben den nach IFRS ermittelten Finanzdaten auch sogenannte Non-IFRS-Kennzahlen. Die Überleitung dieser Non-IFRS-Kennzahlen auf die entsprechenden IFRS-Kennzahlen wird im folgenden Kapitel dargestellt:

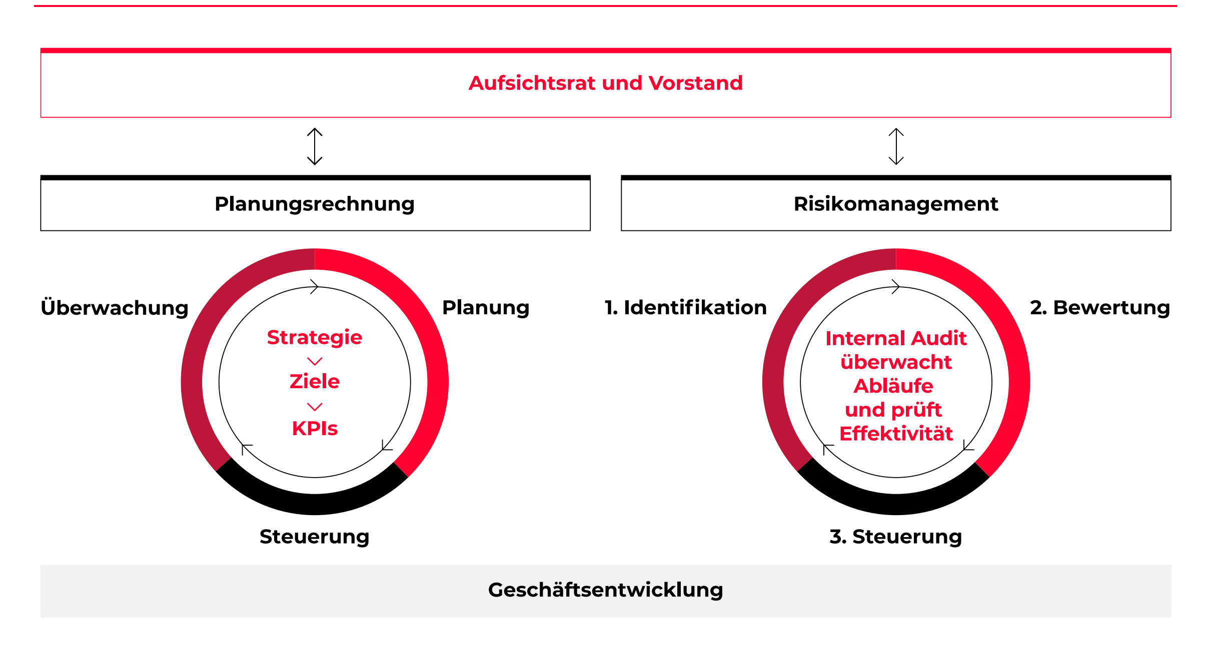
Die ProSiebenSat.1 Media SE verwendet für ihre finanziellen, strategischen und operativen Entscheidungen primär Non-IFRS-Kennzahlen als Entscheidungsgrundlage. Diese liefern auch Investor:innen Zusatzinformationen, die einen Vergleich der Performance im Mehrjahresvergleich erlauben, da sie um bestimmte Einflüsse bereinigt werden. Diese Kennzahlen werden nicht auf Basis der IFRS ermittelt und können sich daher von den Non-IFRS-Kennzahlen anderer Unternehmen unterscheiden. Daher ersetzen diese nicht die IFRS-Kennzahlen oder sind bedeutsamer als IFRS-Kennzahlen, sondern stellen eine Zusatzinformation dar. Wir sind davon überzeugt, dass die Non-IFRS-Kennzahlen aus den folgenden Gründen für Investor:innen von besonderem Interesse sind:

– Sondereffekte können die operative Geschäftsentwicklung beeinflussen oder gar überlagern; daher bieten um derartige Effekte bereinigte Kennzahlen Zusatzinformationen zur Beurteilung der operativen Leistungsfähigkeit des Unternehmens. Bereinigte Kennzahlen besitzen somit für die Steuerung des Unternehmens eine größere Relevanz.
– Das adjusted net income bildet zudem bei der ProSiebenSat.1 Media SE einen wichtigen Anhaltspunkt zur Ermittlung der Dividendenzahlung, da wir unsere Aktionär:innen an der operativen Ertragskraft des Unternehmens beteiligen wollen.
– Der Konzern hat ein ganzheitliches Steuerungssystem implementiert. Non-IFRS-Kennzahlen werden konsequent für die Vergangenheit und die Zukunft ermittelt; sie bilden eine bedeutende Grundlage für die interne Steuerung sowie die Entscheidungsprozesse der Unternehmensleitung.

Operative und strategische Planung

Steuerung und Planung greifen bei der ProSiebenSat.1 Group eng ineinander. So werden im Rahmen der Planung Soll-Größen definiert und für verschiedene zeitliche Perioden festgelegt. Im Fokus stehen die zuvor erläuterten Leistungsindikatoren. Die unterschiedlichen Ebenen des Planungsprozesses bauen aufeinander auf und sind mit unserem Risikomanagement verknüpft. Der Aufsichtsrat wird zudem vom Vorstand – sowohl innerhalb als auch außerhalb der Aufsichtsratssitzungen – regelmäßig über alle für das Unternehmen relevanten Fragen der Strategie, der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage, des Risikomanagements und der Compliance unterrichtet.

PLANUNGSRECHNUNG UND RISIKOMANAGEMENT DER PROSIEBENSAT.1 GROUP



Unternehmensplanung: Die Unternehmensplanung umfasst die operative Jahresplanung (Budget) sowie die langfristige Unternehmensplanung (Mehrjahresplanung) und stellt die detaillierte, zahlenseitige Abbildung der Strategieplanung dar. Sie erfolgt für das erste Jahr auf Monats- und für weitere vier Jahre auf Jahresbasis. Die strategisch abgeleiteten Zielvorgaben für das erste Planungsjahr werden für die einzelnen bedeutsamsten finanziellen und nichtfinanziellen Leistungsindikatoren im Gegenstromverfahren konkretisiert und auf die Mehrjahre fortgeschrieben. Die Finanzkennzahlen aus der Gewinn- und Verlustrechnung bzw. der Bilanz und Kapitalflussrechnung der einzelnen Tochterunternehmen werden analysiert und auf Segment- und Konzernebene verdichtet.

Monatsberichtswesen und Trendprognosen: Ein wichtiges Werkzeug zur unterjährigen Planung sind Trendprognosen: Dabei wird auf Basis der bisherigen Zielerreichung die auf Jahressicht erwartete Unternehmensentwicklung berechnet und mit den ursprünglich budgetierten Soll-Größen verglichen. Ziel ist es, potenzielle Soll-Ist-Abweichungen unmittelbar festzustellen und erforderliche Maßnahmen zur Gegensteuerung zeitnah umzusetzen. Auch im Jahr 2021 hat der Vorstand dem Aufsichtsratsgremium die kurz- und langfristige Zielerreichung erörtert. Neben der monatlichen Berichterstattung werden Risikopotenziale quartalsweise an den Group Risk Officer gemeldet. Hier wird insbesondere analysiert, wie sich Risikofrühwarnindikatoren unterjährig und im Zeitablauf verändert haben. Ein wichtiger Frühwarnindikator ist etwa die Entwicklung der Zuschauermarktanteile. Zusätzliche Chancen und damit mögliche positive Abweichungen von prognostizierten Zielen werden parallel zum Risikomanagement analysiert; sie werden in den Planungsrechnungen erfasst, sofern ihre Eintrittswahrscheinlichkeit mehr als 50 Prozent beträgt.

RAHMENBEDINGUNGEN DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

Die ProSiebenSat.1 Media SE bündelt alle zentralen Verwaltungsdienste für den gesamten Konzern. Deswegen gelten für sie im Wesentlichen die gleichen Rahmenbedingungen wie für den gesamten Konzern. Infolgedessen werden die weiteren Ausführungen auf Konzernebene erläutert.

ENTWICKLUNG VON KONJUNKTUR UND WERBEMARKT

Die Weltwirtschaft war 2021 das zweite Jahr in Folge maßgeblich durch die Ausbreitung des Coronavirus und seiner Virusvarianten bestimmt: Zwar erholte sich die Konjunktur weltweit insgesamt spürbar, die Entwicklung in den einzelnen Regionen und Ländern verlief aber sehr heterogen. Sie wurde vor allem durch die Effektivität von Impfkampagnen und Schutzmaßnahmen sowie das Ausmaß staatlicher Wirtschaftshilfen bestimmt. Vor diesem Hintergrund expandierten Volkswirtschaften wie die USA vor allem im ersten Halbjahr 2021. Im Gesamtjahr dürfte das Bruttoinlandsprodukt der USA als eine der größten Volkswirtschaften der Welt laut Schätzung des Internationalen Währungsfonds (IWF) real um 5,6 Prozent gestiegen sein. Die starke Aufwärtsdynamik führte jedoch in Verbindung mit eingeschränkten Produktionskapazitäten und Transportketten zu Lieferengpässen und erheblichen Preissteigerungen bei Rohstoffen und Vorprodukten wie Mikrochips. Dies hat die Entwicklung der globalen Industrie seit der zweiten Jahreshälfte 2021 zunehmend beeinträchtigt. Vor diesem Hintergrund rechnet der IWF für die Weltwirtschaft auf Jahressicht mit einem Wachstum von 5,9 Prozent (Vorjahr: -3,1 %).

In Europa setzte die konjunkturelle Erholung aufgrund des dortigen Infektionsgeschehens erst im zweiten Quartal 2021 ein, sie blieb jedoch bis in den Herbst hinein stabil. Starke Wachstumsimpulse lieferte insbesondere der zuvor durch Lockdown-Maßnahmen erheblich eingeschränkte private Konsum. Zum Jahresende stiegen die COVID-19-Fälle jedoch europaweit erneut signifikant. Die daraus resultierenden neuerlichen Beschränkungen und die stark gestiegenen Verbraucherpreise dämpften die Konsumdynamik entsprechend. Trotz des schwachen Schlussquartals (real +0,3 % vs. Vorquartal) ist das Bruttoinlandsprodukt der Eurozone im Gesamtjahr 2021 laut Europäischem Statistikamt mit real plus 5,2 Prozent dennoch kräftig gewachsen.

In Deutschland hat sich die Wirtschaft im Vergleich zu den großen europäischen Nachbarn eher zögerlich erholt. Zwischen Mitte Dezember 2020 und Anfang März 2021 beeinflusste der negative Verlauf der COVID-19-Pandemie sowie ein damit einhergehender weiterer strenger Lockdown die Wirtschaft. Die privaten Konsumausgaben sanken daher im ersten Quartal 2021 im Vergleich zum Vorzeitraum um real 5,3 Prozent, die Sparquote stieg auf 22,0 Prozent (Q1 2019: 14,4 %).

Im Sommerhalbjahr folgte – nach Lockerung der Beschränkungen – ein kräftiger Wachstumsschub. Dabei erholten sich vor allem kontaktintensive Dienstleistungen wie Gastronomie, Tourismus oder Kultur sowie Teile des stationären Einzelhandels spürbar. Bei stabiler Arbeitsmarkt- und Einkommensentwicklung sowie zusätzlich hohen Sparrücklagen verfügten die Haushalte über eine hohe Kaufkraft und Kauflust. Dementsprechend expandierte der private Konsum im zweiten und dritten Quartal 2021 jeweils gegenüber dem Vorzeitraum um real 3,8 Prozent bzw. 6,2 Prozent.

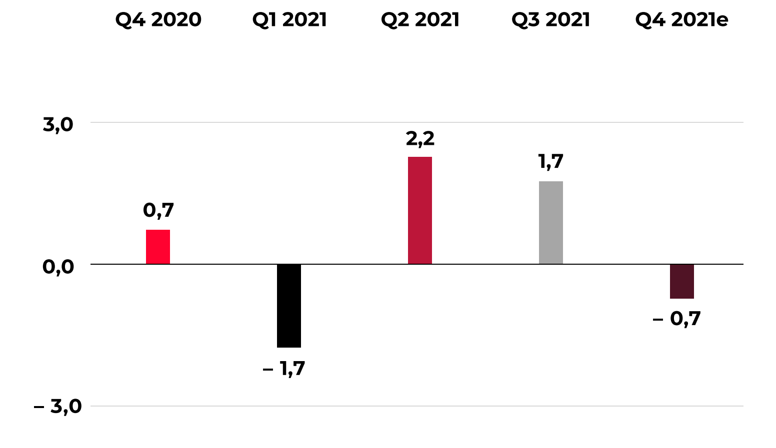
Parallel dazu kam die im Frühjahr gestartete Impfkampagne jedoch ins Stocken und mit Beginn des Winters stiegen die Infektionszahlen auch durch die neue Omikron-Virusvariante erneut stark an. Zusätzlich zu den entsprechend wieder eingeschränkten Konsummöglichkeiten erhöhte sich die Inflationsrate zum Jahresende auf Werte von über 5,0 Prozent. Dies schmälerte den Konsumspielraum der privaten Haushalte. Trotz aller Einschränkungen stiegen die Umsätze im

deutschen Einzelhandel von Januar bis Dezember im Vergleich zum Vorjahreszeitraum real um 0,7 Prozent, nominal um 2,9 Prozent. Der Online-Handel legte weiter zu und war wie bereits 2020 einer der größten Profiteure der Pandemie (real +12,4 %).

Die für Deutschland besonders konjunkturrelevante Industrie, also das produzierende Gewerbe ohne Energie und Baugewerbe, geriet im zweiten Halbjahr unter Druck: So hatte sich die Industrie aufgrund der globalen Nachfrage zwar zunächst deutlich erholt, wurde im Jahresverlauf aber immer stärker durch Lieferengpässe und gestiegene Rohstoffkosten beeinträchtigt. Dadurch blieb die Industrieproduktion trotz eines hohen Auftragsbestands und günstiger Finanzierungsbedingungen unter ihren Möglichkeiten. Dies dämpfte wiederum die Exportdynamik. Aus diesen Gründen ist die deutsche Wirtschaft nach Schätzung des Statistischen Bundesamts im vierten Quartal 2021 im Vergleich zum Vorquartal um 0,7 Prozent gesunken. Für den privaten Konsum bedeutet die neue Pandemie-Welle mit der Omikron-Virusvariante ebenfalls einen Rückschlag, wenngleich dieser nicht das Ausmaß des Lockdowns im Winter 2020 erreichen dürfte.

Im Gesamtjahr 2021 ist das Bruttoinlandsprodukt aufgrund des guten Sommerhalbjahres mit real plus 2,7 Prozent (Vorjahr: -4,6 %) dennoch solide gewachsen. Der private Konsum blieb, trotz aller Einschränkungen, auf Vorjahresniveau (Vorjahr: -5,9 %).

ENTWICKLUNG DES BRUTTOINLANDSPRODUKTS IN DEUTSCHLAND IN PROZENT, VERÄNDERUNG GEGENÜBER VORQUARTAL



Verkettet, preis-, saison- und kalenderbereinigt. p: Prognose. Quelle: Statistisches Bundesamt (Destatis), Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen vom 28.01.2022.

Die konjunkturellen Unsicherheiten und Beschränkungen des öffentlichen und sozialen Lebens durch die COVID-19-Pandemie prägten 2021 das Investitionsverhalten der Werbekunden: Nach starker Zurückhaltung im Lockdown-belasteten ersten Quartal (-4,3 %) stiegen die Brutto-TV-Werbeinvestitionen in den beiden Sommerquartalen kräftig an (Q2 2021: +26,7 %; Q3 2021: +22,6 %). Obwohl im letzten Vierteljahr angesichts steigender Infektionszahlen auch infolge der Omikron-Virusvariante und damit einhergehend neuerlichen Beschränkungen eine leichte Vorsicht zu spüren war, blieben die Zuwachsraten dennoch hoch (Q4 2021: +10,1 %). Insgesamt sind die Brutto-Investitionen in TV-Werbung im Gesamtjahr 2021 laut Nielsen Media Research um 12,7 Prozent auf 18,13 Mrd Euro gestiegen (Vorjahr: 16,10 Mrd Euro).

Die ProSiebenSat.1 Group ist Marktführer im deutschen TV-Werbemarkt. Der Konzern steigerte laut Nielsen Media Research 2021 seine TV-Werbeeinnahmen mit plus 11,9 Prozent auf 6,82 Mrd Euro brutto (Vorjahr: 6,09 Mrd Euro) annähernd auf Marktniveau. Daraus resultierte ein Marktanteil von

37,6 Prozent (Vorjahr: 37,8 %). Im wichtigen vierten Quartal lagen die TV-Werbeeinnahmen des Konzerns mit einem Plus von 8,6 Prozent ebenfalls deutlich über Vorjahr und betrugen 2,52 Mrd Euro (Vorjahr: 2,32 Mrd Euro). Dies entspricht einem Marktanteil für den ProSiebenSat.1-Konzern von 38,8 Prozent (Vorjahr: 39,4 %).

Aus der Vermarktung von InStream-Videoanzeigen, die online vor, nach oder während eines Bewegtbild-Streams gezeigt werden, erwirtschaftete die ProSiebenSat.1 Group auf Jahressicht einen Brutto-Umsatz von 329,5 Mio Euro (Vorjahr: 263,8 Mio Euro). Dies entspricht einem starken Anstieg von 24,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr, der folglich das Marktwachstum deutlich übertrifft: Das Marktvolumen für Werbebudgets in InStream-Videoanzeigen verzeichnete in Deutschland ein Plus von 15,3 Prozent auf 976,1 Mio Euro brutto (Vorjahr: 846,7 Mio Euro). In den Umsätzen sind globale Plattformanbieter wie Alphabet Inc. („Alphabet“)/Google und Meta Platforms, Inc. („Meta“)/Facebook nicht enthalten.

Auch auf Netto-Basis zeichnet sich insgesamt ein positives Bild für 2021 ab: Der Werbemarkt ist nach wie vor von der COVID-19-Krise betroffen, insgesamt hat sich der Markt jedoch deutlich schneller erholt als erwartet und verzeichnet nun wieder ein klares Wachstum: Laut der Prognose des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) vom November 2021 dürften die Netto-Werbeeinnahmen der Medien um 6,0 Prozent zugelegt haben. In den im Dezember 2021 veröffentlichten Prognosen für das Gesamtjahr 2021 erwarteten die Media-Agenturen Magna Global und ZenithOptimedia ein kräftiges Plus der Gesamt-Netto-Werbeausgaben von 19,7 bzw. 6,6 Prozent in Deutschland, die Werbeinvestitionen in TV sahen sie mit 16,8 bzw. 8,0 Prozent ebenfalls deutlich im Plus.

Diesen Trend konstatiert auch die ProSiebenSat.1 Group: Aus Konzernsicht konnte der TV-Werbemarkt auf Netto-Basis von der konjunkturellen Erholung in den Sommermonaten profitieren und einen deutlichen Aufwärtstrend gegenüber dem Vorjahr verzeichnen. Einen vergleichbaren Verlauf zeigte der Online-Werbemarkt.

TV-WERBEMÄRKTE IN DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH UND DER SCHWEIZ AUF BRUTTO-BASIS

in Prozent

	Entwicklung TV-Werbemarkt Q4 2021 (Abweichung vs. Vorjahr)	**Entwicklung TV-Werbemarkt 2021 (Abweichung vs. Vorjahr)**
Deutschland	+10,1	+12,7
Österreich	+15,2	+19,7
Schweiz	−2,3	+6,3

	Marktanteile ProSiebenSat.1 Group Q4 2021	Marktanteile ProSiebenSat.1 Group Q4 2020	**Marktanteile ProSiebenSat.1 Group 2021**	Marktanteile ProSiebenSat.1 Group 2020
Deutschland	38,8	39,4	37,6	37,8
Österreich	40,8	41,3	40,5	42,4
Schweiz	25,4	25,8	25,1	26,1

Deutschland: Januar - Dezember, brutto, Nielsen Media.
Österreich: Januar - Dezember, brutto, Media Focus.
Schweiz: Januar - Dezember, die Werbemarktanteile beziehen sich auf die deutschsprachige Schweiz, brutto, Media Focus. Media Focus hat aufgrund von systemtechnischen Anpassungen mit Datenabschluss Januar 2022 die effektiven Brutto-Leistungsvolumen der TV-Sender 3 Plus, Kabel Eins, ProSieben, RTL, RTLZWEI, VOX, SAT.1 und SUPER RTL rückwirkend für 2020 und 2021 angepasst.

ENTWICKLUNG RELEVANTER MARKTUMFELDER DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

Entertainment

Die Mediennutzung in Deutschland ist von zwei grundlegenden Entwicklungen geprägt: Zum einen wächst im Zeitalter der Digitalisierung die Vielfalt an Entertainment-Angeboten und Nutzungsoptionen auf den unterschiedlichen Endgeräten, was gleichzeitig eine zunehmende Fragmentierung mit sich bringt. Zum anderen steigt, angetrieben durch diese Vielfalt, der Medienkonsum: Die Menschen verbringen insgesamt immer mehr Zeit mit Medien. Dabei bleibt TV das wichtigste Medium, was dessen Stärke unterstreicht.

Laut der Studie „Media Activity Guide 2021“ unseres Werbezeitenvermarkters Seven.One Media ist die tägliche TV-Mediennutzung bei den 14- bis 69-jährigen Zuschauer:innen im Berichtszeitraum 2021 mit 238 Minuten am höchsten. Damit entfallen im intermedialen Vergleich 37 Prozent der Gesamttagesnutzung auf TV. Hierzu zählen sowohl Live- als auch On-Demand-Inhalte. Diese große Reichweite spiegelt sich in der hohen Werbewirksamkeit des Mediums wider: Gemäß der auf Brutto-Basis vorliegenden Daten von Nielsen Media Research flossen 2021 47,2 Prozent der Werbeinvestitionen in TV-Werbung, im Vorjahr waren es 44,6 Prozent. Damit hat Fernsehen im intermedialen Vergleich seine höchste Relevanz noch einmal gestärkt.

Werbung im TV ist infolge der hohen Reichweiten besonders effektiv. Über Bewegtbild-Werbung wird eine Marke stärker emotional geprägt als über jedes andere Medium. Dies ist wichtig für die Markenbindung und letztendlich den Verkauf von Produkten. Begleitforschungen zeigen zudem, dass sich crossmediale Werbekampagnen in ihrer Wirkung verstärken und dabei Online-Werbung in Kombination mit TV-Kampagnen besonders wirksam ist. Dies ist auch ein Grund dafür, warum sich der TV-Werbemarkt 2021 so positiv entwickelt hat und mit deutlich mehr Relevanz als noch im Jahr 2019 prognostiziert.

Im deutschen Zuschauermarkt ist die ProSiebenSat.1-Senderfamilie weiterhin führend (14- bis 49-jährige Zuschauer:innen), wenngleich die Marktanteile auf Jahressicht wie erwartet unter Vorjahr blieben. Hauptursache war die TV-Übertragung der UEFA-Fußball-Europameisterschaft im Juni und Juli 2021 sowie der Olympischen Sommerspiele im Juli und August 2021, die auf den öffentlich-rechtlichen TV-Sendern live zu sehen waren. Dies kennzeichnet entsprechend auch die Marktanteilsentwicklung der von der Ad Alliance vermarkteten privaten Sender RTL, VOX, n-tv, Super RTL, NITRO, RTLup und VOXup.

Im Gesamtjahr 2021 belief sich der Zuschauermarktanteil der ProSiebenSat.1-Sender auf 25,5 Prozent (Vorjahr: 27,2 %), die von der Ad Alliance vermarkteten Sender kamen auf einen gemeinsamen Marktanteil von 23,8 Prozent (Vorjahr: 25,3 %). Im wichtigen vierten Quartal stieg der Zuschauermarktanteil der ProSiebenSat.1 Group leicht um 0,1 Prozentpunkte auf 26,5 Prozent (Vorjahr: 26,4 %), während der Wert der von der Ad Alliance vermarkteten Sender auf 23,6 Prozent (Vorjahr: 24,3 %) sank.

Die Sender der österreichischen ProSiebenSat.1 Puls 4-Gruppe kamen im Jahr 2021 auf einen gemeinsamen Marktanteil bei den 12- bis 49-jährigen Zuschauer:innen von 27,4 Prozent (Vorjahr: 28,4 %). Damit ist die ProSiebenSat.1 Puls 4 GmbH („ProSiebenSat.1 PULS 4“) der mit Abstand führende private TV-Anbieter in Österreich. In der Schweiz lag der Zuschauermarktanteil der ProSiebenSat.1-Sender bei den 15- bis 49-Jährigen auf Jahressicht mit 14,3 Prozent unter Vorjahresniveau (Vorjahr: 15,9 %).

ZUSCHAUERMARKTANTEILE DER PROSIEBENSAT.1-SENDER IN DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH UND DER SCHWEIZ

in Prozent

	Zuschauermarkt-anteile Q4 2021	Zuschauermarkt-anteile Q4 2020	**Zuschauermarkt-anteile 2021**	Zuschauermarkt-anteile 202
Deutschland	26,5	26,4	25,5	27,2
Österreich	27,0	28,5	27,4	28,4
Schweiz	15,6	16,0	14,3	15,9

Deutschland: E: 14–49; ProSiebenSat.1 Group: SAT.1, ProSieben, Kabel Eins, sixx, SAT.1 GOLD, ProSieben MAXX, Kabel Eins Doku / AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.4; 01.01.2020–31.12.2021; Marktstandard: TV.
Österreich: E 12–49; SAT.1 Österreich, ProSieben Austria, Kabel Eins Austria, PULS 4, sixx Austria, ProSieben MAXX Austria, SAT.1 Gold Österreich, Kabel Eins Doku Österreich, ATV + ATV 2, PULS 24; Quelle: AGTT/GfK TELETEST; Evogenius Reporting; 01.01.2020–31.12.2021; personengewichtet; inklusive VOSDAL/ Timeshift; Standard.
Schweiz: Werte beziehen sich auf 24 Stunden (Mo – So), alle Plattformen, overnight + 7. SAT.1 Schweiz, ProSieben Schweiz, Kabel Eins Schweiz, sixx Schweiz, SAT.1 Gold Schweiz, ProSieben MAXX Schweiz, Puls 8; werberelevante Zielgruppe 15–49 Jahre; Marktanteile beziehen sich auf die deutschsprachige Schweiz; D-CH; Totalsignal; Quelle: Mediapulse TV Data.

Die beschriebene Entwicklung spiegelt sich auch in den Marktanteilen der deutschen Sender zur Prime Time wider: Im abgelaufenen Geschäftsjahr lag die Gruppe in der Prime Time in jedem Quartal vor den von der Ad Alliance vermarkteten Sendern des Hauptwettbewerbers RTL Deutschland (Marktanteile Zielgruppe 14-49 Jahre) und hat insbesondere im wichtigen vierten Quartal ihre Marktführerschaft um 0,3 Prozentpunkte auf 27,6 Prozent ausgebaut (AdAlliance: -1,4 %-punkte). Im Gesamtjahr entwickelten sich unsere Marktanteile jedoch auch in der Prime Time wie erwartet unter Vorjahr und waren insbesondere geprägt durch die Übertragung der UEFA-Fußball-Europameisterschaft sowie der Olympischen Sommerspiele auf den öffentlich-rechtlichen Sendern. Zudem profitierte der öffentlich-rechtliche Rundfunk von einem hohen Informationsbedürfnis bei den Zuschauer:innen infolge der anhaltenden COVID-19-Pandemie sowie der Flutkatastrophe in Teilen Deutschlands im Sommer 2021. Hinzu kommt die besondere Situation des Wahljahres 2021 mit einem erhöhten Informationsangebot auf allen TV-Sendern, wenngleich in diesem Umfeld auch innovative ProSiebenSat.1-Formate wie „Die ProSieben Bundestagswahl-Show“ (durchschnittlich 7,4 %, 14- bis 49-jährige Zuschauer:innen) oder „Das TV-Triell“ (25,0 %, 14- bis 49-jährige Zuschauer:innen) bei den Zuschauer:innen Anklang fanden.

ZUSCHAUERMARKTANTEILE DER PROSIEBENSAT.1-SENDER IN DER PRIME TIME IN DEUTSCHLAND

in Prozent

Zielgruppe 14–49 Jahre	**Q4 2021**	Q4 2020	**2021**	2020
ProSiebenSat.1 Group	27,6	27,3	25,6	27,4
SAT.1	8,4	8,6	7,4	8,2
ProSieben	10,4	10,5	9,8	10,3
Kabel Eins	4,1	4,1	4,2	4,7
sixx	1,2	1,0	1,1	1,1
SAT.1 Gold	1,2	0,9	1,1	1,1
ProSieben MAXX	1,6	1,5	1,2	1,3
Kabel Eins Doku	0,7	0,7	0,8	0,7

Prime Time bezieht sich auf die Sendezeit von 20:15 – 23 Uhr. Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.4, 01.01.2020 – 31.12.2021, Marktstandard: TV.

ProSiebenSat.1 ist in der deutschen Medienlandschaft systemrelevant. Damit geht eine besondere gesellschaftliche Verantwortung einher – denn der Konzern leistet einen wichtigen Beitrag zur Medien- und Meinungsvielfalt. Dem wachsenden Bedürfnis nach Information und Kontextualisierung von Nachrichten tragen wir immer mehr Rechnung: Mit dem Aufbau einer eigenen News-Redaktion wird die ProSiebenSat.1 Group ab dem Jahr 2023 Nachrichten selbst produzieren und dabei mit neuen Magazin-Formaten dem Anspruch an Aktualität und Relevanz verstärkt nachkommen.

Die Gruppe setzt ihren Fokus in der Programmstrategie vermehrt auf lokale, relevante und Live-Inhalte. Ziel ist es, Zuschauergruppen noch besser zu erreichen und sich vom Wettbewerb zu differenzieren. In unserer digitalen Welt wird dies zu einem immer wichtigeren Wettbewerbskriterium für alle Teilnehmer:innen des dualen Rundfunksystems, insbesondere mit Blick auf multinationale Streaming-Anbieter und die jungen Zielgruppen. 2021 verzeichneten die großen Sender ProSieben und SAT.1 allein in der Prime Time eine Steigerung der lokalen Programminhalte von 13,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (2020: +11,1 % ggü. 2019). Einen wichtigen Baustein hierfür stellen eigenproduzierte Formate wie „Joko & Klaas Live: Wir müssen über Corona reden", „Zervakis und Opdenhövel. Live." oder die Reportage-Reihe „ProSieben Spezial" dar, die gesellschaftsrelevante Themen zielgruppenadäquat aufbereitet.

Neben dem Fokus auf lokale und Live-Inhalte ist der Kern unserer Strategie, Programme über möglichst viele Verbreitungswege anzubieten. In diesem strategischen Kontext hat die ProSiebenSat.1 Group gemeinsam mit Discovery Communications Europe Ltd. („Discovery") die Streaming-Plattform Joyn als Joint Venture gegründet und im Juni 2019 gelauncht. Der Streaming-Dienst bietet Zuschauer:innen über 70 Sender im Livestream sowie ein umfangreiches On-Demand-Angebot mit eigenproduzierten lokalen Serien, Shows und Previews. Seit November 2019 ergänzt der kostenpflichtige Service Joyn PLUS+ mit exklusiven Inhalten, Originals, Pay-TV-Sendern sowie Inhalten in HD-Qualität das Angebot. Laut AGOF-Messung (Arbeitsgemeinschaft Onlineforschung e. V.) erreichte der kostenfreie Streaming-Dienst Joyn im November 2021 in Deutschland 3,85 Mio Unique User (Vorjahr: 3,75 Mio). Auch im Jahr 2022 wird der Konzern die Weiterentwicklung der Marke Joyn fortsetzen.

Bereits heute erreichen wir über unsere Free- und Pay-TV-Sender in Deutschland monatlich über 60 Mio Menschen. Hinzu kommen über unsere eigenen Online-Kanäle knapp 11 Mio Unique User. Darüber hinaus konzentriert die Digital Media & Entertainment-Company Studio71 die Angebote an web-only Inhalten und distribuiert sie über digitale Plattformen. Dabei erreichte Studio71 im Geschäftsjahr 2021 allein auf YouTube mit 1.235 Kanälen monatlich 10,7 Mrd Video Views (Vorjahr: 10,5 Mrd Video Views[1]).

Unsere Reichweite stärken wir sukzessive und monetarisieren sie konsequent auch jenseits der klassischen Werbefinanzierung. Ein Beispiel hierfür sind datenbasierte Geschäftsmodelle wie Addressable TV. In diesem Kontext haben wir im dritten Quartal 2021 unsere Vertragsvereinbarung mit der Deutsche Telekom AG („Deutsche Telekom") erneuert, sodass wir unsere Addressable TV-Kampagnen zukünftig auch über deren Streaming-Angebot MagentaTV ausspielen können. Das gesamte Senderportfolio der ProSiebenSat.1 Group ist fortan über die MagentaTV-Plattform live oder auf Abruf, in HD- und UHD-Qualität verfügbar.

Die Distribution von Programmen in HD-Qualität ist ein weiteres Beispiel, wie der ProSiebenSat.1-Konzern Reichweite generiert und zugleich sein Umsatzprofil diversifiziert. Die ProSiebenSat.1 Group partizipiert hier an den technischen Freischaltentgelten, die Endkund:innen für Programme in HD-Qualität an die jeweiligen Anbieter entrichten. In Deutschland verzeichneten die HD-Sender der ProSiebenSat.1 Group in der Berichtsperiode 11,1 Mio Nutzer:innen und damit 4,8 Prozent mehr als im Vorjahr.

Dating & Video

Wir stärken das synergetische Zusammenspiel unserer Geschäfte weiter konsequent. Dies bedeutet insbesondere, dass wir über die Stärke unseres Unterhaltungsgeschäfts und unsere hohe Werbereichweite führende verbraucherorientierte Digital-Plattformen auf- und ausbauen. Auf diese Weise ist auch die ParshipMeet Group entstanden, die ehemals Teil des Commerce & Ventures-Portfolio war und heute das Segment Dating & Video bildet: Nach dem Aufbau eines vorwiegend deutschsprachigen Portfolios rund um das Dating-Geschäft der Parship Group und der

1 Der Vorjahreswert ist bereinigt um monatlich 376 Mio Views für deutsche TV-Inhalte, die seit 2021 im Bereich der Seven.One Entertainment Group liegen, sowie exklusive Italien.

Steigerung der Markenbekanntheit durch den Einsatz von TV-Werbung folgten wertsteigernde Akquisitionen mit einem Schwerpunkt in den USA, darunter die The Meet Group im Jahr 2020 mit einer hohen Kompetenz im Bereich Video.

Die ParshipMeet Group agiert in einem profitablen und wachstumsstarken Marktumfeld, verfügt über diversifizierte Erlösquellen aus Abonnementmodellen, Marketingleistungen bis hin zu virtuellen Produkten und spricht eine breite Zielgruppe in einem großen geografischen Raum an. Die Geschäftsentwicklung im Segment Dating & Video ist damit abhängig von verschiedenen Faktoren, darunter auch makroökonomische und technologische Entwicklungen sowie regulatorische Entscheidungen. Hinzu kommen die spezifischen Auswirkungen der COVID-19-Pandemie – sowohl mit Blick auf den privaten Konsum als auch auf die Implikationen für das gesellschaftliche Leben. Dating und insbesondere interaktives Live-Video haben sich zu globalen Megatrends entwickelt.

Mit der steigenden Anzahl an Singles – darunter immer mehr Digital Natives – hat sich Online-Dating zu einem immer stärker akzeptierten und gängigen Weg entwickelt, sich zu treffen bzw. eine Beziehung zu finden: In den beiden größten geografischen Märkten der ParshipMeet Group, Nordamerika und die DACH-Region, sind Dating-Plattformen der häufigste Weg für ein Kennenlernen. So finden in den USA 40 Prozent und in Deutschland 36 Prozent aller Beziehungen online ihren Anfang. Zusätzlichen Schub erhalten diese Angebote durch allgemeine Branchentrends wie eine hohe Smartphone-Nutzung sowie eine wachsende Zahlungsbereitschaft, etwa für virtuelle Güter.

In Nordamerika und der DACH-Region hat der Online-Dating-Markt inklusive der entsprechenden Live-Video-Angebote 2021 laut einer Studie eines Beratungsunternehmens im Auftrag der ParshipMeet Group ein Gesamtvolumen von 2,8 Mrd Euro erreicht und ist seit 2018 jährlich um 18 Prozent gewachsen (Stand: 2021). Dabei haben im Zuge der COVID-19-Pandemie und der damit einhergehenden Beschränkungen sozialer Kontakte seit März 2020 insbesondere Live-Video-Formate zusätzlich an Relevanz gewonnen. Einen positiven Effekt hatten zudem staatliche Wirtschaftshilfen in den USA, die den privaten Konsum 2021 stimulierten und sich sehr positiv auf unsere Video-Angebote im amerikanischen Raum auswirkten. Mit zunehmender Normalisierung des gesellschaftlichen Lebens im Jahresverlauf 2021 und dem Wegfall rigider Kontaktbeschränkungen hat sich die Video-Nutzung im Vergleich zu 2019 auf hohem Niveau stabilisiert.

Commerce & Ventures

Die ProSiebenSat.1 Group bündelt im Segment Commerce & Ventures ihre Beteiligungen an digitalen Commerce-Unternehmen mit Verbraucherfokus. Diese begleiten wir mit unseren Investitionsoptionen über die NuCom Group, SevenGrowth, SevenVentures und den SevenAccelerator in den verschiedenen Wachstumsphasen. Dabei verfolgen wir das Ziel, Synergiepotenziale innerhalb des ProSiebenSat.1-Konzerns zu nutzen und unser Umsatzprofil insgesamt zu diversifizieren. Wichtigster Wachstumshebel ist die hohe Reichweite der ProSiebenSat.1-Senderfamilie, über die wir monatlich über 60 Mio Menschen erreichen und so auch ohne große Cash-Investitionen die Bekanntheit von Verbrauchermarken signifikant stärken können.

Unser Portfolio an Commerce-Angeboten vereint einen Verbraucherfokus sowie eine Affinität zum Medium TV. Dabei profitieren wir vor allem davon, dass Kaufentscheidungen mehr und mehr im Internet getroffen werden. Der Online-Einkauf ist heute fester Bestandteil unseres Alltags und auch Dienstleistungen wie Verbraucherberatung finden oft online statt. Die einzelnen Märkte unterscheiden sich jedoch hinsichtlich ihrer Dynamik, ihrer Wettbewerbsintensität sowie hinsichtlich ihrer Abhängigkeit von der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung und insbesondere des zuvor beschriebenen Konsumklimas. Hinzu kommt die besondere Situation der Pandemie mit damit einhergehenden Beschränkungen des Alltagslebens.

Vor diesem Hintergrund sind die E-Commerce-Umsätze insgesamt in Deutschland im Berichtsjahr 2021 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum laut Bundesverband E-Commerce und Versandhandel (bevh) um 19 Prozent gestiegen (2020: +14,6 %). Stärkster Wachstumstreiber waren Artikel des täglichen Bedarfs, worunter neben Lebensmitteln auch Drogerieprodukte und Tiernahrung fallen, sowie die Warengruppen Freizeit, Einrichtung und Bekleidung.

Die Umsätze aus dem Online-Vertrieb von Dienstleistungen, zu dem insbesondere Reisebuchungen oder Veranstaltungstickets zählen, konnten dagegen in Deutschland mit einem Rückgang von 12,8 Prozent noch nicht wieder an das Umsatzniveau von vor der Pandemie anknüpfen (2020: -52,8 %). Dies zeigt, dass die Menschen ihr Geld für Unternehmungen noch immer vorsichtiger investieren als vor der COVID-19-Krise.

Laut Vertriebskanal-Studie Energie 2021 sind Vergleichsportale die wichtigste Informationsquelle sowie Vertriebskanal im Energiemarkt. Im abgelaufenen Geschäftsjahr haben sich allerdings insbesondere im vierten Quartal 2021 die stark gestiegenen Energiepreise für alle Versorger negativ auf die Marktdynamik ausgewirkt. Im Bereich Verbraucherberatung ist im Commerce & Ventures-Segment des Konzerns auch das von der Pandemie besonders betroffene Mietwagenportal billiger-mietwagen.de enthalten. Laut Statista belief sich das Volumen des Mietwagenmarkts in Europa 2021 auf 11,9 Mrd US-Dollar (2020: 8,1 Mrd US-Dollar; 2019: 16,9 Mrd US-Dollar).

FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

Die ProSiebenSat.1 Group betreibt Forschung und Entwicklung (F&E) nicht im herkömmlichen Sinne eines Industrieunternehmens. Forschung hat bei der ProSiebenSat.1 Group dennoch einen hohen Stellenwert.

ProSiebenSat.1 betreibt intensive Marktforschung in allen Bereichen, die für die Geschäftstätigkeit relevant sind oder in denen das Unternehmen Wachstumspotenzial sieht. Die Ausgaben für die konzernweiten Marktforschungsaktivitäten beliefen sich 2021 auf 7 Mio Euro (Vorjahr: 7 Mio Euro). Die verschiedenen Research-Abteilungen des Konzerns erstellen Untersuchungen und Analysen zur Werbewirkung, zu Trends im Werbemarkt und digitalen Branchen sowie zur Mediennutzung und werten außerdem Konjunktur- und Marktprognosen aus. Die Verantwortlichen im Konzern ziehen die Ergebnisse der Marktanalysen für die operative und strategische Planung heran. Gleichzeitig sind Marktdaten und Analysen eine wichtige Grundlage für die erfolgreiche Beratung unserer Werbekund:innen. Mit seinen Studien liefert das Unternehmen Werbetreibenden wertvolle Erkenntnisse für die Marketing- und Werbeplanung, die eine wichtige Basis für Investitionsentscheidungen darstellen. In der Programmentwicklungsphase spielt die Programmforschung eine entscheidende Rolle. Eine wichtige Aufgabe ist die Bewertung von internationalen TV-Trends hinsichtlich ihres Potenzials für den deutschen Fernsehmarkt. Darüber hinaus erstellt das entsprechende Research-Team regelmäßig quantitative sowie qualitative Studien und Analysen zu den Programmen der ProSiebenSat.1-Sender. Dabei werden unter anderem TV-Piloten mithilfe von Umfragen und Publikumsvorführungen getestet. Dieses Research-Team führt außerdem Ad-hoc-Tests zu bereits ausgestrahlten Sendungen durch. Auf Basis der Ergebnisse können wir TV-Formate sowohl in der Entstehungsphase anpassen als auch bereits ausgestrahlte Programme optimieren und damit die Erfolgsquote erhöhen.

Im Bereich der Entwicklung arbeitet die Gruppe insbesondere daran, ihre Werbeprodukte „smarter" zu machen. Das bedeutet, dass intelligente Angebote entwickelt werden, um TV- und Video-Werbung zielgruppengenau auszuspielen. Dies geschieht beispielsweise auf Basis von Alter, Geschlecht oder Haushaltseinkommen anonymisierten Nutzerdaten. In diesem Kontext setzt ProSiebenSat.1 auch auf neue Technologien und bietet Werbekund:innen zusätzlich zu den bestehenden Angeboten im Bereich zielgerichteter Werbung den Addressable-TV-Spot. Diese Spots ermöglichen, dass Eigenwerbespots in allen Werbeblöcken mit adressierbaren Spots überblendet werden und Zuschauer:innen so interessenbasiert angesprochen werden. Das Angebot nutzt eine Werbetechnologie, die die Seven.One Media entwickelt und europaweit zum Patent angemeldet hat. Darüber hinaus ermöglichen wir mit der CrossDevice-Bridge Werbekund:innen seit Dezember 2020 die geräteübergreifende Planung und Aussteuerung von TV- und Digital-Werbekampagnen. Dabei buchen die Kund:innen nicht mehr das Medium, über das sie ihre Werbung ausspielen wollen, sondern die Menge und Häufigkeit von Kontakten, die sie erreichen wollen. Dadurch wird crossmediale Werbeplanung deutlich einfacher und schneller: Die verschiedenen Screens können miteinander verbunden und aufeinander abgestimmt werden, sodass bestimmte Zielgruppen bei übergreifenden TV- und Digital-Kampagnen leichter adressiert werden können. Um die erzielte Reichweite kombinierter TV- und Video-Kampagnen unter Berücksichtigung einheitlicher Kriterien messbar und bewertbar zu machen, hat ProSiebenSat.1 gemeinsam mit dem Lizenzgeber Sky Media GmbH („Sky Media") das Konzept CFlight für den deutschen Markt entwickelt. CFlight beinhaltet ein transparentes, crossmediales Kampagnen-Reporting, das die Vergleichbarkeit von TV- und Video-Werbekontakten garantiert. Die Ergebnisse dieser Messbarkeitswährung zeigen einmal mehr, dass wirkungsstarke Bewegtbild-Kampagnen crossmedial arbeiten. Darüber hinaus entwickeln wir unsere eigenen digitalen Plattformen wie beispielsweise im Commerce-Geschäft kontinuierlich weiter.

VERGLEICH DES TATSÄCHLICHEN MIT DEM ERWARTETEN GESCHÄFTSVERLAUF DES KONZERNS

Die ProSiebenSat.1 Group hat im Jahr 2021 alle Finanzziele erreicht, die sie am 4. November 2021 im Rahmen der Berichterstattung zum dritten Quartal 2021 veröffentlicht hat. Damit hat der Konzern alle Finanzziele deutlich übertroffen, die er sich zu Jahresbeginn gesetzt hatte.

Nachdem das erste Quartal 2021 noch stark von den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie geprägt gewesen war, erholte sich der Werbemarkt in der DACH-Region ab Beginn des zweiten Quartals deutlich und stärker als erwartet. Insbesondere im zweiten Quartal verzeichneten die Werbeerlöse der Gruppe ein extrem dynamisches Wachstum. Vor diesem Hintergrund hat der ProSiebenSat.1-Konzern seinen Unternehmensausblick für das Jahr 2021 insgesamt dreimal erhöht: am 12. Mai 2021 im Rahmen der Berichterstattung zum ersten Quartal 2021, in einer Ad-hoc-Mitteilung am 19. Juli 2021, nachdem Umsatz und Ergebnis im zweiten Quartal 2021 auf Basis vorläufiger und noch nicht geprüfter Zahlen stark gewachsen waren, sowie zuletzt am 4. November 2021 im Rahmen der Berichterstattung zum dritten Quartal 2021.

Im Gesamtjahr hat der Konzern trotz des pandemischen Umfelds einen Rekordumsatz erzielt und seinen Umsatz um 11 Prozent oder 447 Mio Euro auf 4.494 Mio Euro gesteigert. Zugleich wuchs das adjusted EBITDA deutlich um 19 Prozent oder 135 Mio Euro auf 840 Mio Euro. Zuletzt hatte der Konzern im Gesamtjahr 2021 einen Umsatz in Höhe von 4,5 Mrd Euro mit einer Varianz von plus/minus 50 Mio Euro angestrebt sowie ein adjusted EBITDA von rund 840 Mio Euro mit einer Varianz von plus/minus 10 Mio Euro. In der ursprünglichen Prognose für diese zentralen Finanzkennzahlen hatte ProSiebenSat.1 zu Beginn des Jahres für den Umsatz ein Wachstum zwischen 2 Prozent und 7 Prozent auf 4.150 Mio Euro bis 4.350 Mio Euro angenommen und für das adjusted EBITDA eine Steigerung auf 720 Mio Euro bis 780 Mio Euro.

Das deutliche Wachstum der Umsatz- und adjusted EBITDA-Kennzahlen wirkte sich wie erwartet auch auf die weiteren bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikatoren der Gruppe positiv aus: Der Konzern hatte in seiner letzten Prognoseanpassung erwartet, dass das adjusted net income deutlich über dem Vorjahreswert von 221 Mio Euro liegen sollte. Im Gesamtjahr 2021 erreichte das adjusted net income nun ein Wachstum um 64 Prozent auf 362 Mio Euro. Der adjusted Operating Free Cashflow lag im Gesamtjahr bei 599 Mio Euro, nachdem der Konzern zuletzt davon ausgegangen war, dass sich dieser – aus Vergleichbarkeitsgründen korrigiert um die Veränderung der Investitionen für den Bau des neuen Campus am Standort Unterföhring – um mindestens 100 Mio Euro im Vergleich zum Vorjahr (Vorjahr: 424 Mio Euro) verbessern sollte. Auch die wichtige Kennzahl P7S1 ROCE (Return on Capital Employed), anhand der ProSiebenSat.1 den mittelfristigen finanziellen Erfolg des Unternehmens misst, hat sich 2021 deutlich auf 14,1 Prozent erhöht und entspricht der Prognose des Konzerns, der zuletzt von einem Anstieg auf über 13 Prozent ausgegangen war. Zugleich bewegte sich der Verschuldungsgrad mit einem Faktor von 2,2x wieder klar im Zielkorridor. Die ProSiebenSat.1 Group hatte erwartet, dass sich dieser zum Jahresende unterhalb des oberen Endes des mittelfristig angestrebten Korridors von 1,5x bis 2,5x bewegen wird.

Eine Übersicht der angepassten Prognosen für 2021 zeigt nachfolgende Tabelle; die verschiedenen Leistungsindikatoren werden zudem in den nachstehenden Kapiteln erläutert und analysiert.

Doch nicht nur mit Blick auf die Finanzkennzahlen hat der Konzern 2021 wichtige Zielvorgaben erreicht, die ProSiebenSat.1 Group hat auch ihre starke Wettbewerbsposition im TV-Zuschauermarkt mit einem Marktanteil von 25,5 Prozent bestätigt (Vorjahr: 27,2 %). Die Entwicklung der Zuschauermarktanteile in Deutschland ist der bedeutsamste nichtfinanzielle Leistungsindikator, wobei die Prime Time infolge der hohen Reichweite für die Werbewirtschaft verstärkt im Fokus steht. In der Prime Time verzeichnete ProSiebenSat.1 im Jahr 2021 einen Zuschauermarktanteil von 25,6 Prozent (Vorjahr: 27,4 %, Zuschauer 14-49 Jahre, Deutschland). Damit unterstreicht der Konzern im deutschen Markt seine führende Position bei den Zuschauermarktanteilen in der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen trotz der Übertragung der großen Sportereignisse auf den öffentlich-rechtlichen Sendern.

VERGLEICH DES TATSÄCHLICHEN MIT DEM ERWARTETEN GESCHÄFTSVERLAUF

	2020	GJ 2021 4. März 2021	1. Quartal 2021 12. Mai 2021	Ad-hoc-Mitteilung 19. Juli 2021 bzw. 2. Quartal 2021 5. August 2021	3. Quartal 2021 4. November 2021	**2021**	
Umsatzerlöse[1] (in Mio Euro)	4.055[3]	Insgesamt strebt der Konzern im Gesamtjahr 2021 einen Umsatz in Höhe von 4,150 Mrd Euro als unteres Ende der Zielbandbreite an sowie einen Umsatz von 4,350 Mrd Euro als oberes Ende der Zielbandbreite. Dies entspricht einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr zwischen 2 Prozent und 7 Prozent.[2]	Insgesamt strebt der Konzern im Gesamtjahr 2021 einen Umsatz in Höhe von 4,250 Mrd Euro als unteres Ende der Zielbandbreite an sowie einen Umsatz von 4,450 Mrd Euro als oberes Ende der Zielbandbreite. Dies entspricht einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr zwischen 5 Prozent und 10 Prozent.[2]	Insgesamt strebt der Konzern im Gesamtjahr 2021 einen Umsatz von 4,400 Mrd Euro als unteres Ende sowie 4,500 Mrd Euro als oberes Ende der Zielbandbreite an. Dies entspricht einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr zwischen 9 Prozent und 11 Prozent.[2]	Insgesamt strebt der Konzern im Gesamtjahr 2021 einen Umsatz in Höhe von 4,5 Mrd Euro mit einer Varianz von plus/minus 50 Mio Euro an. Dies entspricht einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr zwischen 10 Prozent und 12 Prozent.[2]	4.494	✓
Adjusted EBITDA[1] (in Mio Euro)	708[4]	Basierend auf den genannten Umsatzannahmen erwartet ProSiebenSat.1 für das adjusted EBITDA der Gruppe im Gesamtjahr 2021 720 Mio Euro als unteren Wert der Zielbandbreite sowie 780 Mio Euro als oberen Wert der Zielbandbreite.[2]	Basierend auf den genannten Umsatzannahmen erwartet ProSiebenSat.1 für das adjusted EBITDA der Gruppe im Gesamtjahr 2021 750 Mio Euro als unteren Wert der Zielbandbreite sowie 800 Mio Euro als oberen Wert der Zielbandbreite.[2]	Basierend auf diesen Umsatzannahmen erwartet ProSiebenSat.1 für das adjusted EBITDA der Gruppe im Gesamtjahr 2021 einen Wert von rund 820 Mio Euro mit einer Varianz von plus/minus 20 Mio Euro. Dies entspricht einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr im Mittelwert von 16 Prozent.[2]	Basierend auf diesen Umsatzannahmen geht ProSiebenSat.1 für das adjusted EBITDA der Gruppe im Gesamtjahr 2021 von einem Wert von rund 840 Mio Euro mit einer Varianz von plus/minus 10 Mio Euro aus. Dies entspricht im Mittelwert einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr um 19 Prozent.[2]	840	✓
Adjusted net income (in Mio Euro)	221	Für das Gesamtjahr 2021 erwartet der Konzern, dass das adjusted net income über dem Vorjahreswert liegen sollte.[2]			Für das Gesamtjahr 2021 erwartet der Konzern, dass das adjusted net income deutlich über dem Vorjahreswert liegen sollte.[2]	362	✓
Adjusted Operating Free Cashflow[5] (in Mio Euro)	424	Der Konzern geht beim Erreichen eines mittleren Werts der angestrebten adjusted-EBITDA-Zielbandbreite davon aus, dass sich der adjusted Operating Free Cashflow in einer Bandbreite im mittleren zweistelligen Mio-Euro-Bereich um den Vorjahreswert von 424 Mio Euro bewegen sollte.		Beim Erreichen des mittleren Werts der angestrebten adjusted-EBITDA-Zielbandbreite geht der Konzern davon aus, dass sich der adjusted Operating Free Cashflow im mindestens mittleren zweistelligen Mio-Euro-Bereich im Vergleich zum Vorjahr verbessern sollte.	Beim Erreichen des mittleren Werts der angestrebten adjusted-EBITDA-Zielbandbreite geht der Konzern davon aus, dass sich der adjusted Operating Free Cashflow um mindestens 100 Mio Euro im Vergleich zum Vorjahr verbessern sollte.	599	✓
P7S1 ROCE (Return on Capital Employed)	10,5 %	Im Geschäftsjahr 2021 strebt der ProSiebenSat.1-Konzern einen Wert von über 10 Prozent an. Mittelfristig soll diese Kennzahl über den Gesamtkonzern bei über 15 Prozent liegen.			Im Geschäftsjahr 2021 strebt der ProSiebenSat.1-Konzern einen Wert von über 13 Prozent an. Mittelfristig soll diese Kennzahl über den Gesamtkonzern bei über 15 Prozent liegen.	14,1 %	✓
Verschuldungs-grad[6] (Netto-Finanz-verbindlich-keiten/ LTM adjusted EBITDA)	2,8	Zum Jahresende 2021 rechnet der Konzern mit einem Verschuldungsgrad leicht über oder am oberen Ende der Zielkorridors zwischen 1,5x und 2,5x.		Zum Jahresende 2021 rechnet der Konzern damit, dass sich der Verschuldungsgrad am oberen Ende des mittelfristig angestrebten Korridors von 1,5x bis 2,5x bewegen wird.	Zum Jahresende 2021 rechnet der Konzern damit, dass sich der Verschuldungsgrad unterhalb des oberen Endes seines mittelfristig angestrebten Korridors von 1,5x bis 2,5x bewegen wird.	2,2	✓

Die ProSiebenSat.1 Group hat im Jahr 2021 alle Finanzziele erreicht, die sie am 4. November 2021 im Rahmen der Berichterstattung zum dritten Quartal 2021 veröffentlicht hat. Entsprechend wurden auch die Haken in obenstehender Tabelle auf Basis dieser letzten Prognose gesetzt. Die Zahlen für 2021 stellen reported Zahlen dar.

1 Portfolio- und währungsbereinigt.

2 Ohne weitere Portfolioveränderungen.

3 Basierend auf den Umsatzerlösen des Geschäftsjahres 2020 umgerechnet mit den Plankursen des Geschäftsjahres 2021 (US-Dollarkurs im Verhältnis zum Euro von rund 1,22 US-Dollar) abzüglich der Umsatzerlöse der in 2020 entkonsolidierten Gesellschaften WindStar in Höhe von 114 Mio Euro und myLoc in Höhe von 10 Mio Euro sowie zuzüglich der proforma Umsatzerlöse der The Meet Group von Januar bis August 2020 in Höhe von 173 Mio Euro, ebenfalls umgerechnet mit dem Plankurs des Geschäftsjahres 2021.

4 Basierend auf dem adjusted EBITDA des Geschäftsjahres 2020 umgerechnet mit den Plankursen des Geschäftsjahres 2021 (US-Dollarkurs im Verhältnis zum Euro von rund 1,22 US-Dollar) abzüglich des adjusted EBITDA der in 2020 entkonsolidierten Gesellschaften WindStar in Höhe von 23 Mio Euro und myLoc in Höhe von 3 Mio Euro sowie zuzüglich der proforma adjusted EBITDA-Beiträge der The Meet Group von Januar bis August 2020 in Höhe von 33 Mio Euro, ebenfalls umgerechnet mit dem Plankurs des Geschäftsjahres 2021.

5 Aus Vergleichbarkeitsgründen korrigiert um die Veränderung der Investitionen für den Bau des neuen Campus am Standort Unterföhring.

6 Abhängig von der Geschäftsentwicklung und ohne Berücksichtigung eventueller Portfolioveränderungen.

VERGLEICH DES TATSÄCHLICHEN MIT DEM ERWARTETEN GESCHÄFTSVERLAUF DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

Die Prognose für den Jahresüberschuss des Geschäftsjahres 2021 basierte auf einem deutlich verbesserten und durch Dividendenausschüttungen positiv beeinflussten Beteiligungsergebnisses im Vergleich zum Vorjahr. Trotz der auch im Geschäftsjahr 2021 vor allem im ersten Quartal bestehenden pandemischen Lage konnte die Prognose eines deutlich über Vorjahr liegenden Jahresüberschusses (517 Mio Euro; Vorjahr: 119 Mio Euro) erfüllt werden.

WESENTLICHE EREIGNISSE IM GESCHÄFTSJAHR 2021

Die ProSiebenSat.1 Group hat im Jahresverlauf ihre Segmentberichterstattung weiterentwickelt, um sich noch fokussierter und zugleich synergetischer aufzustellen. In diesem Zusammenhang wurden zu Jahresbeginn 2021 das Programmproduktions- und Vertriebsgeschäft der Red Arrow Studios sowie die Digital Media & Entertainment-Company Studio71 in das Segment Entertainment integriert. Das Segment Dating & Video entspricht dem bisherigen Segment ParshipMeet Group und bleibt in seiner Zusammensetzung im Vergleich zum Jahresende 2020 unverändert. Das Segment Dating & Video wurde in den ersten drei Quartalen des Geschäftsjahres 2021 als Segment Dating berichtet und im vierten Quartal in Dating & Video umbenannt. Dies trägt den Geschäftsbereichen der ParshipMeet Group Rechnung. Zum Segment Commerce & Ventures zählen die Unternehmen der NuCom Group sowie der Investitionsarm SevenVentures mit dem SevenAccelerator; zudem wird dort das Portfolio des Investmentvehikels SevenGrowth mit Marken wie marktguru und wetter.com gebündelt. Damit berichtet der Konzern zum 31. Dezember 2021 in den drei Segmenten Entertainment, Dating & Video sowie Commerce & Ventures.

Mit der neuen Segmentierung setzt ProSiebenSat.1 die konsequente Ausrichtung des Konzerns auf Synergien und Wertschaffung fort. Auch mit Blick auf die personelle Besetzung von Vorstand und Aufsichtsrat wurden 2021 wichtige Weichen für die Zukunft gestellt. So hat der Aufsichtsrat am 6. Dezember 2021 eine Reihe von Entscheidungen hinsichtlich der Zusammensetzung von Aufsichtsrat und Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE getroffen: Der Aufsichtsratsvorsitzende Dr. Werner Brandt wird bei der Hauptversammlung am 5. Mai 2022 nicht erneut als Aufsichtsrat kandidieren. Der Aufsichtsrat beabsichtigt, Dr. Andreas Wiele, vormals Vorstandsmitglied der Axel Springer SE, Berlin, Deutschland („Axel Springer“), nach der kommenden Hauptversammlung zu seinem neuen Vorsitzenden und damit zum Nachfolger von Dr. Brandt zu wählen. Dr. Wiele gehört dem Aufsichtsrat bereits seit dem 13. Februar 2022 als gerichtlich bestelltes Mitglied an. Er folgt auf Adam Cahan, der sein Amt im November 2021 niedergelegt hat, da er eine neue Aufgabe als CEO des Technologieunternehmen PAX Labs, Inc., Kalifornien, USA („PAX Labs“), wahrnimmt. Der Aufsichtsrat wird der nächsten Hauptversammlung vorschlagen, Dr. Wiele als Aufsichtsratsmitglied zu bestätigen. Als weiteres neues Aufsichtsratsmitglied soll zudem Bert Habets, ehemals CEO der RTL Group S.A., Luxemburg („RTL Group“), zur Wahl vorgeschlagen werden.

Auch auf Ebene des Vorstands ergaben sich Veränderungen: Der Aufsichtsrat hat den Vertrag von Rainer Beaujean mit Wirkung zum 1. Juli 2022 um fünf Jahre verlängert. Mit dieser Vertragsverlängerung wurde er zum 1. Januar 2022 zum Vorstandsvorsitzenden ernannt. Zusätzlich wurde Ralf Peter Gierig, bisher Deputy Group CFO, mit Wirkung zum 1. Januar 2022 neuer Finanzvorstand der ProSiebenSat.1 Media SE. Er hat einen Dreijahresvertrag bis zum 31. Dezember 2024 erhalten. Das Vorstandsteam der ProSiebenSat.1 Media SE setzt sich damit seit 1. Januar 2022 aus dem Vorstandsvorsitzenden Rainer Beaujean sowie den Vorstandsmitgliedern Christine Scheffler, Wolfgang Link und Ralf Peter Gierig zusammen.

Ziel von ProSiebenSat.1 ist es, in allen Segmenten nachhaltig zu wachsen. Diese Strategie reflektiert auch die Steuerung des Unternehmens mit ihrem Fokus auf langfristige Wertsteigerung und Profitabilität. Der Konzern kann dabei eine große Bandbreite an Investitionsmöglichkeiten nutzen. Dabei stand im abgelaufenen Geschäftsjahr insbesondere das Ventures-Portfolio im Fokus: Der Börsengang der ABOUT YOU Holding SE, Hamburg, Deutschland („ABOUT YOU“) am 16. Juni 2021 unterstreicht exemplarisch, wie der ProSiebenSat.1-Konzern verbraucherorientierte, digitale Wachstumsunternehmen durch individuell zugeschnittene Beteiligungen in Form von Medialeistung nachhaltig weiterentwickelt. Bereits im September 2016 beteiligte sich SevenVentures als erster externer Investor an dem Online-Mode-Händler ABOUT YOU im Rahmen

eines Media-for-Equity-Investments. Seitdem verhalf ProSiebenSat.1 der Beteiligung mit zielgruppengenauen Werbekampagnen auf den reichweitenstarken Plattformen der ProSiebenSat.1 Group zu einer großen Markenbekanntheit in der DACH-Region. Auch nach dem Börsengang von ABOUT YOU ist ProSiebenSat.1 über SevenVentures als Aktionär weiter investiert geblieben und hat seine Medienpartnerschaft fortgesetzt.

Dem Best-Owner-Prinzip folgend, bewertet die ProSiebenSat.1 Group regelmäßig ihre Beteiligungen und prüft dabei ergebnisoffen das Wachstums- und Synergiepotenzial ihrer Portfoliounternehmen. Vor diesem Hintergrund hat die NuCom Group, an der General Atlantic PD GmbH, München („General Atlantic") mit 28,4 Prozent beteiligt ist, am 1. Oktober 2021 ihren Anteil in Höhe von 97,8 Prozent an der Sonoma Internet GmbH („Amorelie“) an eine Tochtergesellschaft der EQOM Group, Veendam, Niederlande („EQOM Group“) veräußert. Wirtschaftlich wirksam wurde die Transaktion am 30. Dezember 2021, sodass zu diesem Zeitpunkt auch die Entkonsolidierung vollzogen wurde. Nachdem die ProSiebenSat.1 Group Amorelie, einen Online-Shop für sinnlichen Lifestyle und Erotikprodukte, in den vergangenen sieben Jahren in der DACH-Region durch TV-Werbung bekannt gemacht hat, ist sie nun für die weitere Internationalisierung und damit den nächsten Entwicklungsschritt des Unternehmens nicht mehr der beste Eigentümer.

Mit Vertrag vom 15. November 2021 und wirtschaftlicher Wirkung zum selben Zeitpunkt hat zudem Red Arrow Studios, das Produktions- und Vertriebsgeschäft der ProSiebenSat.1 Group, den Mehrheitsanteil von 62,5 Prozent an dem US-amerikanischen Film-Vertrieb Gravitas Ventures LLC, Wilmington, Delaware, USA („Gravitas“) an Anthem Sports & Entertainment Inc., Toronto, Kanada („Anthem“), ein globales Multiplattform-Medienunternehmen, verkauft. Gravitas vertreibt insbesondere Independent-Filme und -Dokumentationen an internationale Digital-Plattformen. Die Transaktion basiert auf einem Kaufpreis von 73 Mio US-Dollar und einer zusätzlichen Komponente in Form von Stammaktien. Diese Entscheidung reflektiert die Ausrichtung des Entertainment-Segments der ProSiebenSat.1 Group, das sich klar auf die DACH-Region als Kernmarkt fokussiert.

Die ProSiebenSat.1 Group verfolgt ein aktives Finanzmanagement und nutzt dabei verschiedene Finanzierunginstrumente. In diesem Kontext hat der Konzern bereits am 15. Januar 2021 die ursprünglich im April 2021 fällige Anleihe in Höhe von 600 Mio Euro vorzeitig zum Nominalwert (zuzüglich die bis zu diesem Rückzahlungstag aufgelaufenen Zinsen) aus Barmitteln zurückgezahlt, nachdem die Gesellschaft im Dezember 2020 von ihrem dreimonatigen Kündigungsrecht gemäß den Anleihebedingungen Gebrauch gemacht hatte. Zudem hat der Konzern im zurückliegenden Geschäftsjahr die derzeit attraktiven Bedingungen am Kapitalmarkt genutzt und eine neue Refinanzierungsmaßnahme getroffen: Per Anfang Oktober 2021 konnte die ProSiebenSat.1 Media SE eine Schuldscheindarlehensemission in Höhe von insgesamt 700 Mio Euro mit Laufzeiten von vier, sechs, acht und zehn Jahren erfolgreich abschließen. Die volumengewichtete durchschnittliche Laufzeitverlängerung beträgt rund 5,9 Jahre. ProSiebenSat.1 hat damit das Fälligkeitsprofil der Finanzierungsinstrumente weiter verlängert sowie diversifiziert. Die gesamten Erlöse der Schuldscheindarlehensemission wurden verwendet, um am 8. Oktober 2021 bestehende Darlehen (Term Loans) aus dem Senior Facilities Agreement mit Banken vorzeitig zurückzuzahlen. Der Tilgungsbetrag belief sich insgesamt auf 900 Mio Euro, sodass sich die Term Loans des Konzerns von 2,1 Mrd Euro auf nun 1,2 Mrd Euro reduzierten. Durch die gute Entwicklung der Cashflows im Jahr 2021 konnte sich der Konzern auch langfristig solide aufstellen und seine Brutto-Verschuldung nachhaltig verringern.

GESAMTAUSSAGE DES VORSTANDS ZUM GESCHÄFTSVERLAUF DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

Die ProSiebenSat.1 Media SE schließt das Geschäftsjahr 2021 mit einem Jahresüberschuss in Höhe von 517 Mio Euro (Vorjahr: 119 Mio Euro) ab. Das Beteiligungsergebnis (bestehend aus dem Saldo der Erträge und Aufwendungen aus Ergebnisabführungen zuzüglich Dividendenausschüttungen) in Höhe von 747 Mio Euro (Vorjahr: 271 Mio Euro) erhöhte sich insbesondere aufgrund der positiven wirtschaftlichen Entwicklung des Werbemarkts im Geschäftsjahr 2021 sowie deutlich niedrigeren negativen Bewertungseffekten auf Beteiligungen bei Tochtergesellschaften. Weiterhin ist im Beteiligungsergebnis im Geschäftsjahr eine Dividende in Höhe von 147 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) von einer direkten Tochtergesellschaft enthalten. Unter Berücksichtigung eines um 117 Mio Euro gestiegenen Steueraufwands ergab sich ein Jahresüberschuss in Höhe von 517 Mio Euro (Vorjahr: 119 Mio Euro). Das Eigenkapital erhöhte sich um 407 Mio Euro auf 3.489 Mio Euro. Die Eigenkapitalquote verbesserte sich gegenüber dem Vorjahr deutlich auf 40 Prozent (Vorjahr: 34 %).

ERTRAGSLAGE DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG NACH HGB (KURZFASSUNG)

in Mio Euro

	2021	2020
Umsatzerlöse	114	119
Sonstige betriebliche Erträge	73	110
Programm- und Materialaufwand	50	52
Personalaufwand	56	60
Abschreibungen	8	12
Sonstige betriebliche Aufwendungen	101	147
Betriebsaufwendungen	215	271
Beteiligungsergebnis	747	271
Finanzergebnis	–35	–61
Steuern	167	50
Ergebnis nach Steuern	**517**	**119**
Sonstige Steuern	0	0
Jahresüberschuss	**517**	**119**

Die Umsatzerlöse der ProSiebenSat.1 Media SE verringerten sich im Geschäftsjahr 2021 um 5 Mio Euro auf 114 Mio Euro. Diese Entwicklung ist insbesondere auf einen Rückgang der Erlöse aus dem Verkauf von Programmvermögen und -nebenrechten um 7 Mio Euro auf 25 Mio Euro zurückzuführen. Konzerninterne Umsatzerlöse für Dienstleistungen verringerten sich um 4 Mio Euro auf 54 Mio Euro, die Erlöse aus Vermietungsleistungen in Höhe von 18 Mio Euro blieben nahezu stabil (Vorjahr: 19 Mio Euro). Sonstige Umsatzerlöse mit konzernexternen Gesellschaften erhöhten sich um 6 Mio Euro auf 8 Mio Euro.

Die sonstigen betrieblichen Erträge sind gegenüber dem Vorjahr um 37 Mio Euro auf 73 Mio Euro gesunken. Ursache hierfür waren insbesondere um 30 Mio Euro niedrigere Erträge aus Währungsumrechnung sowie um 5 Mio Euro gesunkene konzerninterne Kostenweiterbelastungen.

Die Betriebsaufwendungen beliefen sich auf 215 Mio Euro (Vorjahr: 271 Mio Euro). Während der Programm- und Materialaufwand nahezu konstant blieb reduzierte sich der Personalaufwand aufgrund deutlich gesunkener Aufwendungen für Abfindungen um insgesamt 4 Mio Euro. Die Abschreibungen verringerten sich um 4 Mio Euro auf 8 Mio Euro. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen reduzierten sich um 46 Mio Euro auf 101 Mio Euro. Ursächlich hierfür waren um 42 Mio Euro niedrigere Aufwendungen aus Währungsumrechnung sowie um 5 Mio Euro gesunkene Rechts- und Beratungsaufwendungen. Die ProSiebenSat.1 Media SE hat langfristige Mietverträge für am Standort Unterföhring genutzte Immobilien abgeschlossen, die als operatives Leasing eingeordnet werden. Die Mietaufwendungen inklusive Nebenkosten beliefen sich im Geschäftsjahr 2021 auf 20 Mio Euro (Vorjahr: 20 Mio Euro).

Das Beteiligungsergebnis als Saldo der Erträge aus Gewinnabführungsverträgen und Beteiligungserträgen abzüglich der Aufwendungen aus Verlustübernahmen belief sich auf 747 Mio Euro (Vorjahr: 271 Mio Euro). Dem nahezu ausschließlich von der Seven.One Entertainment Group GmbH stammenden Ertrag aus Gewinnabführung in Höhe von 611 Mio Euro (Vorjahr: 291 Mio Euro), dessen Anstieg insbesondere aus der positiven wirtschaftlichen Entwicklung des Werbemarkts im Geschäftsjahr 2021 sowie deutlich niedrigeren negativen Bewertungseffekten auf

Beteiligungen bei Tochtergesellschaften resultierten, standen Aufwendungen aus Verlustübernahme in Höhe von insgesamt 12 Mio Euro (Vorjahr: 20 Mio Euro) mit der Seven.One Sports GmbH, Unterföhring, und der ProSiebenSat.1 Digital Data GmbH, Unterföhring, gegenüber. Darüber hinaus wurde im Geschäftsjahr eine Dividende in Höhe von 147 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) von einer direkten Tochtergesellschaft ausgeschüttet.

Das Finanzergebnis als Saldo der Zinserträge und Zinsaufwendungen (inkl. Abschreibungen auf Finanzanlagen) verbesserte sich im Geschäftsjahr 2021 um 26 Mio Euro auf minus 35 Mio Euro (Vorjahr: -61 Mio Euro). Ursächlich hierfür waren höhere Zinserträge für Steuern insbesondere aufgrund der Anwendung begünstigender Rechtsprechung und der Wegfall der Zinsaufwendungen für die am 15. Januar 2021 vorzeitig vollständig zurückgezahlte Anleihe.

Aus den beschriebenen Entwicklungen resultiert für das Geschäftsjahr 2021 ein Jahresüberschuss in Höhe von 517 Mio Euro. Dies entspricht einem Anstieg gegenüber dem Vorjahr um 398 Mio Euro.

VERMÖGENS-, FINANZ- UND LIQUIDITÄTSLAGE DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

BILANZ NACH HGB (KURZFASSUNG)

in Mio Euro

	31.12.2021	31.12.2020
Aktiva		
Immaterielle Vermögensgegenstände	2	3
Sachanlagen	75	56
Finanzanlagen	7.396	7.911
Anlagevermögen	**7.473**	**7.970**
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	883	556
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	297	658
Umlaufvermögen	**1.180**	**1.214**
Rechnungsabgrenzungsposten	5	1
Aktiver Unterschiedsbetrag aus der Vermögensverrechnung	0	0
Bilanzsumme	**8.658**	**9.185**
Passiva		
Eigenkapital	3.489	3.082
Rückstellungen	218	263
Verbindlichkeiten	4.950	5.840
Rechnungsabgrenzungsposten	0	0
Bilanzsumme	**8.658**	**9.185**

VERMÖGENSLAGE

Die Bilanzsumme der ProSiebenSat.1 Media SE verringerte sich zum 31. Dezember 2021 um 6 Prozent oder 527 Mio Euro auf 8.658 Mio Euro.

Das Anlagevermögen verzeichnete im Vergleich zum Vorjahresstichtag einen Rückgang um 6 Prozent bzw. 497 Mio Euro auf 7.473 Mio Euro. Dieser Rückgang ist insbesondere auf eine Auflösung der Kapitalrücklage mit nachfolgender Ausschüttung in Höhe von 485 Mio Euro bei der Tochtergesellschaft P7S1 SBS Holding GmbH, Unterföhring, zurückzuführen.

Das Umlaufvermögen verringerte sich um 3 Prozent bzw. 34 Mio Euro auf 1.180 Mio Euro. Auf der einen Seite reduzierten sich die Bankguthaben um 361 Mio Euro auf 297 Mio Euro. Diese Entwicklung wurde insbesondere durch die Rückzahlung der Anleihe in Höhe von 600 Mio Euro beeinflusst. Auf der anderen Seite erhöhten sich die konzerninternen Forderungen insbesondere durch höhere Forderungen aus Ergebnisabführung um 293 Mio Euro. Darüber hinaus erhöhten sich die geleisteten Anzahlungen für Programmvermögen um 19 Mio Euro auf 68 Mio Euro und die Forderungen aus Steuern um 12 Mio Euro auf 15 Mio Euro. Eine weitere wesentliche Position im Umlaufvermögen stellen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von 29 Mio Euro (Vorjahr: 38 Mio Euro) dar.

Die ProSiebenSat.1 Media SE schließt einen wesentlichen Teil ihrer Lizenzverträge mit Produktionsstudios in den USA ab. Die finanziellen Verpflichtungen aus diesen

Programmrechteerwerben erfüllt die ProSiebenSat.1 Media SE in der Regel in US-Dollar. Um sich gegen marktbedingte Wechselkuränderungen abzusichern, setzt die Gesellschaft derivative und originäre Finanzinstrumente in Form von Devisentermingeschäfte, Devisenswaps, Devisenoptionen und Währungsbestände (Devisenkassaposition) ein. Zum 31. Dezember 2021 lag die Sicherungsquote bei 76 Prozent (Vorjahr: 80 %) bezogen auf das Gesamtvolumen aller zukünftigen US-Dollar-Zahlungen, die aus bestehenden Lizenzverträgen resultieren und die im Rahmen der implementierten Absicherungsstrategie innerhalb eines Zeitraums von sieben Jahren fällig werden.

Das Eigenkapital der ProSiebenSat.1 Media SE verzeichnete zum 31. Dezember 2021 einen Anstieg um 13 Prozent oder 407 Mio Euro auf 3.489 Mio Euro. Die Eigenkapitalquote betrug damit 40 Prozent (Vorjahr: 34 %). Im Geschäftsjahr 2021 wurde eine Dividende in Höhe von 111 Mio Euro aus dem Bilanzgewinn zum 31. Dezember 2020 ausgeschüttet.

Die Rückstellungen verringerten sich um 45 Mio Euro auf 218 Mio Euro. Ursächlich hierfür war der Verbrauch der Drohverlustrückstellungen für den zukünftigen Erwerb von Programmvermögen im Geschäftsjahr 2021.

Mit 4.950 Mio Euro lagen die Verbindlichkeiten zum 31. Dezember 2021 um 890 Mio Euro unter dem Vorjahresniveau von 5.840 Mio Euro. Wesentlichen Einfluss auf diese Entwicklung hatte die vorzeitige Tilgung der Anleihe am 15. Januar 2021 in Höhe von 600 Mio Euro sowie die weitere Reduzierung der Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten um 150 Mio Euro. Darüber hinaus bestanden zum 31. Dezember 2021 im Vergleich zum Vorjahresstichtag geringere Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen und gesunkene Verbindlichkeiten aus Lieferung und Leistung im Bereich Programmvermögen.

FINANZ- UND LIQUIDITÄTSLAGE

Das Cash Management des ProSiebenSat.1 Konzerns wird zentral in der ProSiebenSat.1 Media SE vorgenommen, die konzernweiten Zahlungsmittelströme fließen durch das implementierte Cash-Pooling-System zum überwiegenden Teil in der ProSiebenSat.1 Media SE als Dachgesellschaft zusammen. Insofern beeinflussen die Cashflows des gesamten ProSiebenSat.1-Konzerns die Liquidität der ProSiebenSat.1 Media SE in sehr hohem Maße. Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat sich der Saldo aus Cash-Pool Forderungen und Cash-Pool Verbindlichkeiten um 51 Mio Euro verbessert. Ursächlich hierfür waren im Wesentlichen der Rückgang von Cash-Pool Verbindlichkeiten aufgrund der Auflösung der Kapitalrücklage einer Tochtergesellschaft mit nachfolgender Ausschüttung an die ProSiebenSat.1 Media SE und mit gegenläufigem Effekt der Anstieg der Zahlungsmittel aus dem operativen Geschäft der Gesellschaften im Bereich Entertainment sowie die Aufnahme weiterer Gesellschaften mit positiven Bankguthaben in das Cash-Pooling im Laufe des Geschäftsjahres.

Die ProSiebenSat.1 Media SE verfügt über verschiedene Finanzierungsinstrumente und verfolgt ein aktives Finanzmanagement. In der Berichtsperiode hat die Gesellschaft daher die günstigen Bedingungen am Fremdkapitalmarkt genutzt, um sich attraktive Zinssätze zu sichern und das Fälligkeitsprofil weiter zu verlängern sowie zu diversifizieren.

Die Laufzeiten und Volumina der langfristigen Finanzierungsinstrumente stellen sich im Einzelnen wie folgt dar:

- Zum 31. Dezember 2021 verfügt die ProSiebenSat.1 Media SE über eine unbesicherte syndizierte Konsortialkreditvereinbarung, bestehend aus einem endfälligen Darlehen (Term Loan) mit einem Nominalvolumen von 1.200 Mio Euro sowie einer revolvierenden Kreditfazilität (RCF) mit einem Rahmenvolumen von 750 Mio Euro. Die überwiegenden Teile der Kreditlinien haben eine Laufzeit bis April 2024. Im Oktober 2021 hatte die ProSiebenSat.1 Media SE – vorwiegend mit

Erlösen aus neuen Schuldscheindarlehen – einen Teil des Term Loans zurückgeführt, es hatte ursprünglich ein Volumen von 2.100 Mio Euro.

- Anfang Oktober 2021 schloss die ProSiebenSat.1 Media SE neue Schuldscheindarlehen in Höhe von insgesamt 700 Mio Euro mit Laufzeiten von vier, sechs, acht und zehn Jahren ab. Die gesamten Erlöse wurden im Oktober 2021 zur vorzeitigen Rückzahlung eines Term Loan unter der Konsortialvereinbarung verwendet. Die volumengewichtete durchschnittliche Laufzeit über alle Tranchen beträgt rund 5,9 Jahre. Zudem hat ProSiebenSat.1 drei Schuldscheindarlehen mit einer Gesamthöhe von 500 Mio Euro im Bestand, welche das Unternehmen 2016 mit Laufzeiten von sieben Jahren (225 Mio Euro festverzinslich und 50 Mio Euro variabel verzinslich) und zehn Jahren (225 Mio Euro festverzinslich) begeben hatte.

- Bis zum 15. Januar 2021 hatte die ProSiebenSat.1 Media SE eine Anleihe mit einem Volumen von 600 Mio Euro ausstehend. Im Dezember 2020 machte die ProSiebenSat.1 Group jedoch von ihrem vorzeitigen Kündigungsrecht Gebrauch und zahlte die im April 2014 begebene Anleihe zu Jahresbeginn zum Nominalwert zurück. Diese ursprünglich im April 2021 fällige Anleihe war bis zu ihrer vorzeitigen Rückzahlung im Januar 2021 am regulierten Markt der Luxemburger Börse notiert.

Die Finanzierungsinstrumente der Gesellschaft unterliegen nicht der Einhaltung von Finanzkennzahlen. Die Verzinsung des syndizierten endfälligen Darlehens (Term Loan) sowie der syndizierten revolvierenden Kreditfazilität erfolgt variabel zu Euribor-Geldmarktkonditionen zuzüglich einer Kreditmarge, wobei der Vertrag eine Untergrenze für den Basiszins bei 0 Prozent vorsieht. Um sich gegen marktbedingte Zinssatzveränderungen abzusichern, setzt die ProSiebenSat.1 Media SE derivative Finanzinstrumente in Form von Zinsswaps und Zinsoptionen ein. Zum 31. Dezember 2021 lag der Festzinsanteil bei 100 Prozent bezogen auf das gesamte langfristige Finanzierungsportfolio (31. Dezember 2020: 95 %). Die durchschnittliche Zinsobergrenze der Zinscaps belief sich zum 31. Dezember 2021 auf 0 Prozent per annum für den Zeitraum bis 2024.

Die im Oktober 2021 platzierte Schuldscheindarlehensemission teilt sich in vier festverzinsliche und drei variabel verzinsliche Tranchen auf, wobei die festverzinslichen Tranchen in Summe rund 403 Mio Euro (durchschnittlich gewichtete Laufzeit: rund 6,1 Jahre) und die variabel verzinslichen Tranchen in Summe rund 297 Mio Euro betragen. Die volumengewichtete Laufzeit über alle Tranchen beträgt 5,9 Jahre. Die Verzinsung der drei variabel verzinslichen Tranchen erfolgt zu Euribor-Geldmarktkonditionen mit einem Floor von null Prozent und einem Aufschlag von volumengewichtet rund 0,85 Prozent pro Jahr.

Daneben hat die ProSiebenSat.1 Media SE im vierten Quartal 2021 eine kurzfristige Finanzierungsopportunität im Geldmarkt genutzt und dort ein negativ verzinstes Geldmarktprodukt mit zwölfmonatiger Laufzeit aufgenommen, bei dem die ProSiebenSat.1 Media SE Zinszahlungsempfänger ist.

Die ProSiebenSat.1 Media SE fungiert für die Konzernunternehmen, insbesondere für die deutschen Sender, als Einkaufskommissionär für das Programmvermögen. Im Geschäftsjahr 2021 flossen 509 Mio Euro (Vorjahr: 512 Mio Euro) für Investitionen in das Programmvermögen (inklusive geleisteter Anzahlungen) ab. Der Zufluss aus der internen Weitergabe von Programmvermögen zum Zeitpunkt des Lizenzbeginns an Konzerngesellschaften betrug im abgelaufenen Geschäftsjahr 373 Mio Euro (Vorjahr: 482 Mio Euro). Die gesamten künftigen finanziellen Verpflichtungen aus bereits abgeschlossenen Programmeinkaufsverträgen verringerten sich zum 31. Dezember 2021 auf 972 Mio Euro (Vorjahr: 1.351 Mio Euro).

Die Zahlungsmittelabflüsse für Investitionen in das Sachanlagevermögen auf Ebene der ProSiebenSat.1 Media SE betrugen im Berichtsjahr 26 Mio Euro. Dies ist ein Anstieg gegenüber dem Vorjahr in Höhe von 10 Mio Euro.

Für Einzahlungen in die Kapitalrücklagen bei unmittelbaren Tochterunternehmen sowie für Unternehmenserwerbe flossen im Geschäftsjahr 2021 40 Mio Euro (Vorjahr: 213 Mio Euro) ab. Die durch die Auflösung der Kapitalrücklage mit nachfolgender Ausschüttung in Höhe von 485 Mio Euro bei der Tochtergesellschaft P7S1 SBS Holding GmbH, Unterföhring, entstandene Forderung der ProSiebenSat.1 Media SE wurde mit bestehenden Clearing-Verbindlichkeiten verrechnet.

Darüber hinaus bestehen konzerninterne Verpflichtungen aus Finanzierungszusagen gegenüber verbundenen Unternehmen in Höhe von 229 Mio Euro (Vorjahr: 485 Mio Euro), deren Inanspruchnahme hinsichtlich Höhe und Zeitpunkt allerdings nicht vorhersehbar ist.

Die ProSiebenSat.1 Media SE war und ist jederzeit in der Lage, ihre eigenen Zahlungsverpflichtungen zu erfüllen.

Weitere Informationen zur Bilanz und zur Gewinn- und Verlustrechnung sind dem Anhang zum Jahresabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE zu entnehmen.

GRUNDSÄTZE UND ZIELE DES FINANZMANAGEMENTS

Der Holding-Bereich Treasury steuert zentral das konzernweite Finanzmanagement und verfolgt folgende Ziele:

– Sicherung der finanziellen Flexibilität und Stabilität, d. h. Erhaltung und Optimierung der Finanzierungsfähigkeit des Konzerns,
– Sicherung der konzernweiten Zahlungsfähigkeit durch eine gruppenweit effiziente Steuerung der Liquidität,
– Steuerung der finanzwirtschaftlichen Risiken durch den Einsatz von derivativen Finanzinstrumenten.

Das gruppenweite Finanzmanagement umfasst das Kapitalstrukturmanagement bzw. die Konzernfinanzierung, das Cash- und Liquiditätsmanagement, das Management von Marktpreisrisiken sowie von Adress- bzw. Kreditausfallrisiken. Darunter fallen folgende Aufgaben:

– Kapitalstrukturmanagement: Die Steuerung des Verschuldungsgrades nimmt für das Kapitalstrukturmanagement der ProSiebenSat.1 Group einen besonderen Stellenwert ein. Der Konzern berücksichtigt bei der Auswahl geeigneter Finanzierungsinstrumente Faktoren wie Marktaufnahmefähigkeit, Refinanzierungsbedingungen, Flexibilität bzw. Auflagen, Investorendiversifikation und Laufzeit- bzw. Fälligkeitsprofile. Finanzierungsmittel im Konzern werden zentral gesteuert.

– Cash- und Liquiditätsmanagement: Im Rahmen des Cash- und Liquiditätsmanagements optimiert und zentralisiert das Unternehmen Zahlungsströme und stellt die konzernweite Liquidität sicher. Ein wichtiges Instrument ist dabei das Cash-Pooling-Verfahren, wodurch ein Großteil der konzernweiten liquiden Mittel in der ProSiebenSat.1 Media SE zentralisiert wird. Mithilfe einer rollierenden konzernweiten Liquiditätsplanung erfasst bzw. prognostiziert die ProSiebenSat.1 Group die Cashflows aus operativen sowie nicht operativen Geschäften. Hieraus leitet das Unternehmen Liquiditätsüberschüsse oder -bedarfe ab. Liquiditätsbedarfe werden über die bestehenden Cash-Positionen oder die revolvierende Kreditfazilität (RCF) abgedeckt.

– Management von Marktpreisrisiken: Das Management von Marktpreisrisiken umfasst das zentral gesteuerte Zins- und Währungsmanagement. Neben Kassageschäften kommen auch derivative Finanzinstrumente in Form bedingter und unbedingter Termingeschäfte zum Einsatz. Diese Instrumente werden zu Sicherungszwecken eingesetzt und dienen dazu, die Auswirkungen von Zins- und Währungsschwankungen auf das Konzernergebnis und den Cashflow zu begrenzen.

– Management von Adress- bzw. Kreditausfallrisiken: Im Mittelpunkt des Managements von Adress- bzw. Kreditausfallrisiken stehen Handelsbeziehungen und Gläubigerpositionen gegenüber Finanzinstituten. Bei Handelsgeschäften achtet die ProSiebenSat.1 Group auf eine möglichst breite Streuung der Volumina mit Kontrahenten ausreichend guter Bonität. Hierzu werden unter anderem externe Ratings der internationalen Agenturen herangezogen. Risiken gegenüber Finanzinstituten entstehen vor allem durch die Anlage liquider Mittel und den Abschluss von derivativen Finanzinstrumenten im Rahmen des Zins- und Währungsmanagements.

RISIKO- UND CHANCENBERICHT

GESAMTAUSSAGE AUS SICHT DER UNTERNEHMENSLEITUNG: RISIKO- UND CHANCENLAGE

Die digitale Entwicklung eröffnet uns für alle Segmente neue Wachstumsmärkte. So wird etwa die Mediennutzung immer vielfältiger, Bewegtbild wird zunehmend unabhängig von Ort und Zeit konsumiert. Um diesen Wandel aktiv zu gestalten und in Wachstumspotenziale zu übersetzen, haben wir im vergangenen Jahr unser gesamtes Entertainment-Portfolio in einem Segment gebündelt und noch enger verzahnt. So können wir unsere Synergien vollumfänglich nutzen und Programme plattformunabhängig produzieren und anbieten sowie Werbekonzepte crossmedial entwickeln. Dabei wollen wir uns durch den verstärkten Fokus auf lokale und Live-Programme von globalen Streaming-Anbietern klar differenzieren. Denn der Trend zur Digitalisierung wird sich in den kommenden Jahren fortsetzen und hat im Zuge der COVID-19-Pandemie in vielen Bereichen wie etwa im Bereich E-Commerce oder Video-Dating nochmals an Dynamik gewonnen. Dies birgt auch Risiken. Ebenso wichtig wie das Erkennen und Nutzen von Chancen ist für unser Unternehmen daher die Identifizierung und Steuerung von potenziellen Risiken. Nach unserer Einschätzung sind jedoch keine Risiken erkennbar, die zu einer maßgeblichen Beeinträchtigung unserer Geschäftsentwicklung führen könnten. Das Gesamtrisiko hat sich nicht verändert. Dies gilt auch für die Chancensituation, die stark von der weiteren makroökonomischen Entwicklung abhängt.

RISIKOBERICHT

Als Holdingunternehmen ist die ProSiebenSat.1 Media SE selbst sowie über die von ihr direkt und indirekt gehaltenen operativen Beteiligungen mit breit gefächerter Geschäftstätigkeit verschiedensten Risiken ausgesetzt. Aufgrund der wahrgenommenen Holdingfunktion sind die Risiken und Chancen des Konzerns im Wesentlichen deckungsgleich mit den Risiken und Chancen der ProSiebenSat.1 Media SE.

PROZESSSTEUERUNG

Die ProSiebenSat.1 Group verfügt über ein umfassendes Risikomanagementsystem, das alle Tätigkeiten, Produkte, Prozesse, Abteilungen, Beteiligungen und Tochtergesellschaften berücksichtigt, die nachteilige Auswirkungen auf die Geschäftsentwicklung unseres Unternehmens haben könnten. Der klassische Risikomanagementprozess ist dabei in vier Phasen strukturiert:

1. Identifikation: Grundlage ist die Identifikation der wesentlichen Risiken über einen Soll-Ist-Vergleich. Verantwortlich hierfür sind die dezentralen Risikomanager:innen. Sie orientieren sich an Frühwarnindikatoren, die für relevante Sachverhalte bzw. Kennzahlen definiert wurden. Ein wichtiger Frühwarnindikator ist beispielsweise die Entwicklung der Zuschauermarktanteile.

2. Bewertung: Die Bewertung der relevanten konsolidierten Risiken erfolgt auf Basis einer Matrix. Dazu werden die Sachverhalte zum einen nach ihrer Eintrittswahrscheinlichkeit auf einer Fünf-Stufen-Prozentskala kategorisiert. Zum anderen wird der Grad ihrer möglichen finanziellen Auswirkung beurteilt; die finanziellen Äquivalente gliedern sich ebenfalls in fünf Stufen. Mithilfe der Matrixdarstellung werden die Risikopotenziale nach ihrer relativen Bedeutung als „hoch“, „mittel“ oder „gering“ klassifiziert. Neben der Klassifizierung ist die Analyse von Ursachen und Wechselwirkungen Teil der Risikobeurteilung. Dabei fließen Maßnahmen zur Gegensteuerung bzw. Risikominimierung in die Bewertung ein (Netto-Betrachtung). Um ein möglichst präzises Bild der Risikolage zu erhalten, werden Chancen hingegen nicht berücksichtigt.

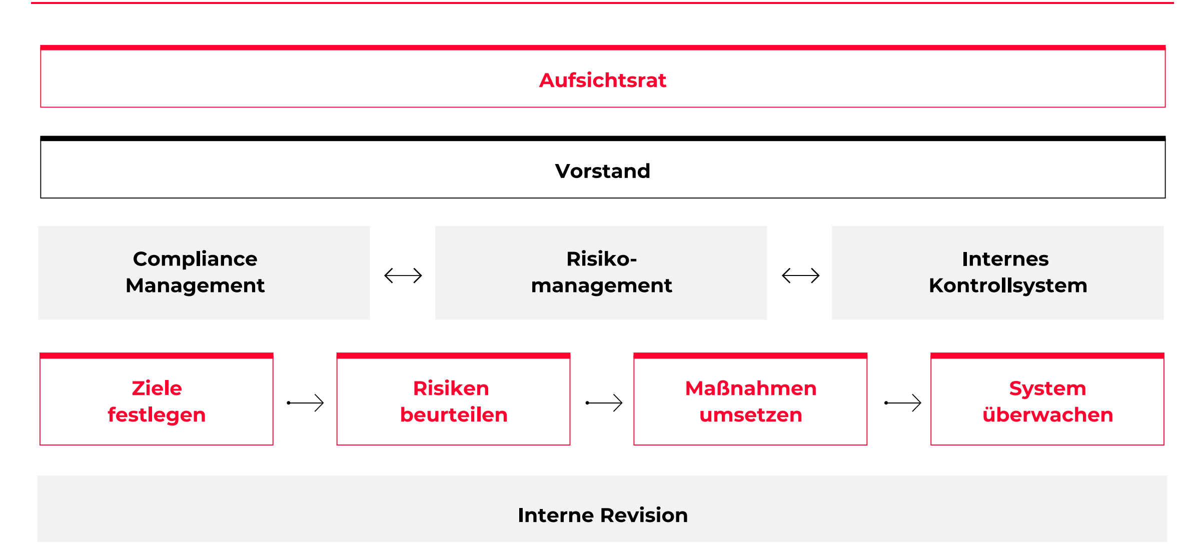
3. Steuerung: Über entsprechende Maßnahmen kann die ProSiebenSat.1 Group die Eintrittswahrscheinlichkeit von Verlustpotenzialen verringern und mögliche Einbußen begrenzen oder vermindern. Von großer Bedeutung für den sicheren Umgang mit Risiken ist daher, adäquate Gegenmaßnahmen zu ergreifen, sobald ein Indikator eine bestimmte Toleranzgrenze überschreitet.

4. Monitoring: Die Risikoüberwachung und Risikoberichterstattung komplettieren den Risikomanagementprozess. Ziel ist es, die Veränderungen zu überwachen und die Effektivität der ergriffenen Steuerungsmaßnahmen zu prüfen. Teil des Monitorings ist auch die Dokumentation; sie stellt sicher, dass alle entscheidungsrelevanten Hierarchieebenen über adäquate Risikoinformationen verfügen.

» **INFORMATION**

Risiko ist im vorliegenden Bericht als mögliche künftige Entwicklung bzw. mögliches künftiges Ereignis definiert, das unsere Geschäftslage wesentlich beeinflussen und zu einer negativen Ziel- bzw. Prognoseabweichung führen könnte. Damit fallen jene Risikoausprägungen, die wir bereits in unserer finanziellen Planung bzw. im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2021 berücksichtigt haben, nicht unter diese Definition und werden folglich in vorliegendem Risikobericht nicht erläutert.

RISIKOMANAGEMENTSYSTEM



Neben einem strukturierten Prozess sind klare Entscheidungsstrukturen, einheitliche Richtlinien und methodisches Vorgehen der verantwortlichen Instanzen Grundvoraussetzungen für den konzernweit sicheren Umgang mit Risiken. Zugleich müssen Abläufe und Organisationsstrukturen so flexibel gestaltet sein, dass die ProSiebenSat.1 Group jederzeit angemessen auf neue Situationen reagieren kann. Daher erfolgt die regelmäßige Klassifikation der Risiken dezentral und somit direkt in den verschiedenen Unternehmenseinheiten, wie nachfolgend beschrieben:

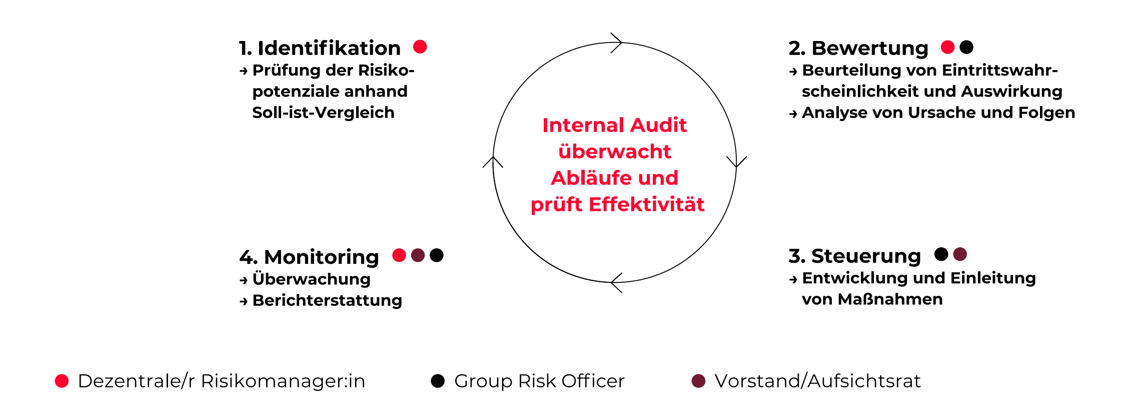
– **Dezentrale Risikomanager:innen:** Die dezentralen Risikomanager:innen erfassen die Risiken aus ihrem jeweiligen Verantwortungsbereich nach der beschriebenen, konzernweit einheitlichen Systematik. Sie dokumentieren ihre Ergebnisse quartalsweise in einer IT-Datenbank.

– **Group Risk Officer:** Der Group Risk Officer berichtet die in der Datenbank gemeldeten Risiken quartalsweise an den Vorstand und den Aufsichtsrat. Kurzfristig auftretende relevante Risiken werden zudem unverzüglich gemeldet. Vorstand bzw. Aufsichtsrat erhalten auf diesem Weg frühzeitig und regelmäßig alle entscheidungsrelevanten Analysen und Daten, um angemessen reagieren zu können.

– Das **Risk Office** unterstützt die verschiedenen Unternehmensbereiche bei der Risikofrüherkennung. Durch Schulungen der dezentralen Risikomanager:innen und eine kontinuierliche Prüfung des Risikokonsolidierungskreises stellt das Ressort die Effektivität und Aktualität des Systems sicher. Darüber hinaus prüft der Bereich Internal Audit regelmäßig die Qualität und Ordnungsmäßigkeit des Risikomanagementsystems. Die Ergebnisse werden direkt an den Finanzvorstand des Konzerns berichtet, danach im Vorstand des Konzerns besprochen und auch dem Aufsichtsrat zur Kenntnis gegeben.

Die regelmäßige Prüfung des Risikomanagementsystems von Internal Audit und externen Beauftragten hat zu einem positiven Ergebnis geführt. Grundlage für die Prüfung ist das sogenannte Risikomanagementhandbuch. Dieses Handbuch fasst unternehmensspezifische Grundsätze zusammen und reflektiert den international anerkannten Standard für unternehmensweites Risikomanagement und interne Kontrollsysteme des COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission).

RISIKOMANAGEMENTPROZESS IM ABLAUF



ENTWICKLUNG DER RISIKEN

Die Gesamtrisikolage der ProSiebenSat.1 Group ist zum 31. Dezember 2021 im Vergleich zum Vorjahr unverändert. Als Folge des Impffortschritts und sinkender Neuinfektionen im Sommer 2021 hat insbesondere der private Konsum in Deutschland von der fortschreitenden Normalisierung der Pandemie-Lage im vergangenen Jahr profitiert. In diesem Zuge ist ebenfalls die Nachfrage nach Werbung im Jahresverlauf rasch und spürbar gestiegen. Durch das Aufkommen bzw. durch die rasante Ausbreitung der hoch ansteckenden Virusvariante Omikron zum Jahresende ist es zwar zu neuen Unsicherheiten in Bezug auf die Pandemie gekommen, allerdings verursacht diese Variante nach derzeitigem Kenntnisstand weniger schwere Verläufe und führt zu geringeren Alltagsbeschränkungen. Gleichzeitig beeinflussen Lieferengpässe und Inflationstendenzen das wirtschaftliche Umfeld in Deutschland. Die Entwicklung in Bezug auf den Russland-/Ukraine-Krieg kann zudem aktuell noch schwer eingeschätzt werden.

Nach unserer Einschätzung sind derzeit keine Risiken erkennbar, die einzeln oder in Wechselwirkung mit anderen Risiken zu einer maßgeblichen bzw. dauerhaften Beeinträchtigung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage führen könnten. Die identifizierten Risiken haben keinen bestandsgefährdenden Charakter, auch nicht in die Zukunft gerichtet.

» **INFORMATION**

Zur Beurteilung der Gesamtrisikolage klassifiziert die ProSiebenSat.1 Group zunächst alle Einzelrisiken im Rahmen des vierteljährlichen Bewertungsprozesses (auf Basis einer fortlaufenden 12-monatigen Betrachtung), aggregiert sie und ordnet sie übergreifenden Risiken zu. Diese Risiken gewichtet die ProSiebenSat.1 Group bei der Bewertung der Gesamtrisikolage entsprechend ihrer Bedeutung für den Konzern. Die Einschätzung der Gesamtrisikosituation ist somit das Ergebnis der konsolidierten Betrachtung der Hauptrisikokategorien des Konzerns und seiner drei Segmente Entertainment, Dating & Video sowie Commerce & Ventures. Zur Identifikation bestandsgefährdender Risiken wird diese Einschätzung durch die im Rahmen der langfristigen Unternehmensplanung bewerteten Risiken ergänzt. Die ProSiebenSat.1 Group unterteilt die Risiken auf Segment- und Konzernebene in die Kategorien Operative Risiken, Finanzwirtschaftliche Risiken, Compliance-Risiken, Strategische Risiken und Nichtfinanzielle Risiken.

Wir überwachen fortlaufend und systematisch alle im Rahmen des Risikomanagementprozesses erfassten Risiken. Dies sind nicht notwendigerweise die einzigen Risiken, denen der Konzern

ausgesetzt ist. Weitere Risiken, die unsere Geschäftstätigkeit beeinflussen könnten, sind uns derzeit jedoch nicht bekannt oder wir betrachten sie im Kontext dieses Berichts als nicht relevant. Risiken mit einer geringen Bedeutung werden hier nicht berichtet; Eventualverbindlichkeiten aus möglichen Compliance-Risiken sind im Anhang dargestellt.

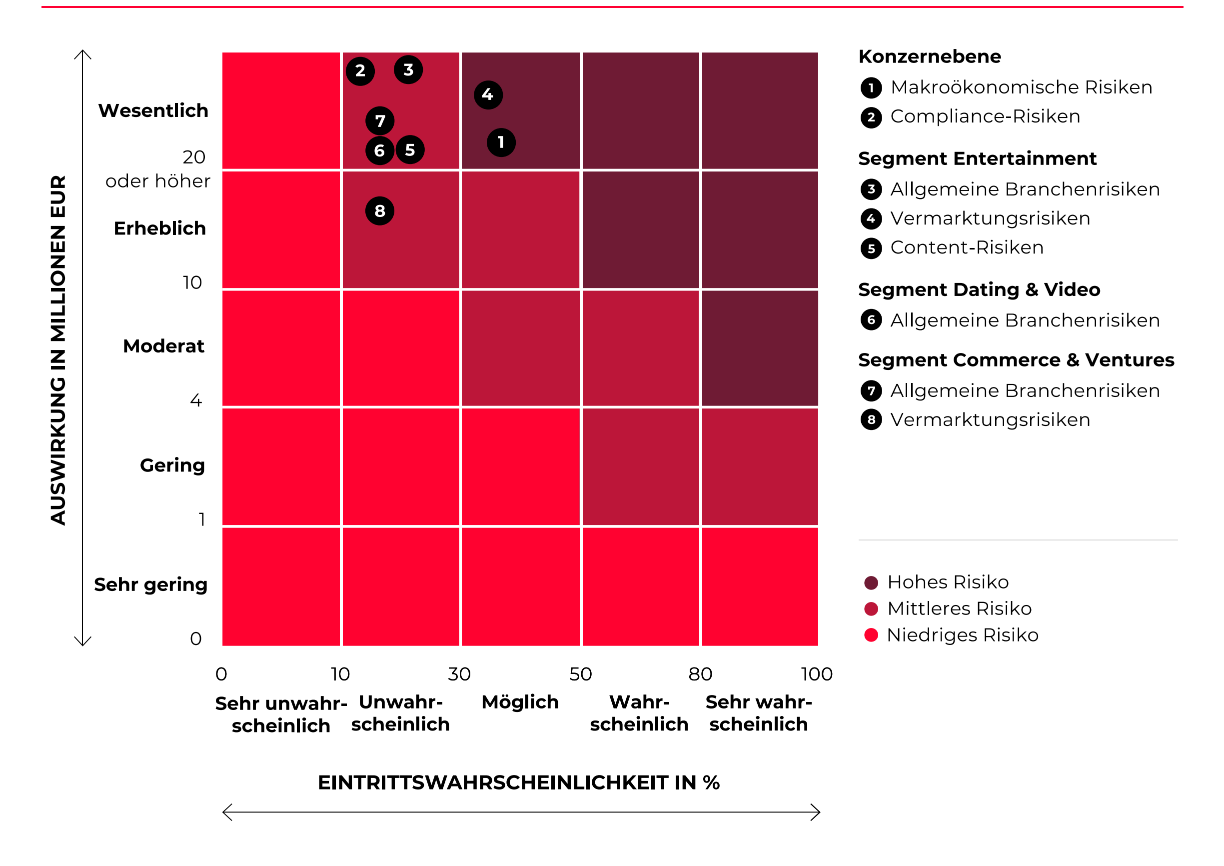
» **INFORMATION**

Im vorliegenden Lagebericht werden die relevanten Risiken mit potenziell erheblicher oder wesentlicher Auswirkung dargestellt; über Risiken mit potenziell sehr geringer, geringer oder moderater Auswirkung berichten wir hier nicht. Über Risiken mit einer insgesamt geringen Bedeutung wird hier nicht berichtet. Sollte sich ein Risiko mit derzeit sehr geringer, geringer oder moderater potenzieller Auswirkung jedoch zu einem Risiko mit potenziell erheblicher oder wesentlicher Auswirkung entwickeln, werden wir diese Veränderung in unseren künftigen Risikoberichten berücksichtigen. Wenn im Umkehrschluss Risiken, die derzeit mit erheblicher oder wesentlicher Auswirkung eingestuft werden, auf eine sehr geringe, geringe oder moderate Auswirkung herabgestuft werden, werden solche Risiken in diesem Bericht nicht detailliert beschrieben – mit Ausnahme der Veränderung gegenüber der im Lagebericht 2020 veröffentlichten Risikosituation selbst. Wenn sich analog dazu ein Risiko mit einer insgesamt geringen Bedeutung zu einem Risiko mit einer insgesamt mittleren oder insgesamt hohen Bedeutung entwickelt, würde ein solches Risiko in unseren künftigen Risikoberichten berücksichtigt werden, sobald die Auswirkung des Risikos als erheblich oder wesentlich eingeschätzt wird. Entwickelt sich dagegen ein Risiko mit einer insgesamt hohen oder mittleren Bedeutung zu einem Risiko mit einer insgesamt niedrigen Bedeutung, so würde dieses Risiko unabhängig von dem Auswirkungsgrad nicht detailliert beschrieben werden – mit Ausnahme der Veränderung gegenüber der im Lagebericht 2020 veröffentlichten Risikosituation selbst. Die Auswertung der Eintrittswahrscheinlichkeit und der Risikoauswirkung sowie die allgemeinen Konzernschwellenwerte sind im Vergleich zur Vorperiode unverändert geblieben.

ÜBERBLICK DER RELEVANTEN RISIKEN

	Kategorie	Risiken	Veränderung zum 31.12.2021 ggü. Vorjahr	Auswirkungs-grad	Eintritts-wahrscheinlichkeit	Risiko-bedeutung
Konzernebene	Operative Risiken	Makroökonomische Risiken	Unverändert	Wesentlich	Möglich	Hoch
		Wertminderungs-risiken	Gesunken	Erheblich	Sehr unwahrscheinlich	Gering
	Compliance-Risiken	Compliance-Risiken	Unverändert	Wesentlich	Unwahrscheinlich	Mittel
Segment Entertainment	Operative Risiken	Allgemeine Branchenrisiken	Unverändert	Wesentlich	Unwahrscheinlich	Mittel
		Vermarktungs-risiken	Unverändert	Wesentlich	Möglich	Hoch
		Content-Risiken	Unverändert	Wesentlich	Unwahrscheinlich	Mittel
Segment Dating & Video	Operative Risiken	Allgemeine Branchenrisiken	Unverändert	Wesentlich	Unwahrscheinlich	Mittel
Segment Commerce & Ventures	Operative Risiken	Allgemeine Branchenrisiken	Unverändert	Wesentlich	Unwahrscheinlich	Mittel
		Vermarktungs-risiken	Unverändert	Erheblich	Unwahrscheinlich	Mittel

RISIKOMATRIX



Grafik ist nicht maßstabsgetreu dargestellt. Im vorliegenden Lagebericht werden die relevanten Risiken mit potenziell erheblicher oder wesentlicher Auswirkung dargestellt; über Risiken mit potenziell sehr geringer, geringer oder moderater Auswirkung berichten wir hier nicht.

RISIKEN AUF EBENE DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

Die ProSiebenSat.1 Media SE ist als Holding-Gesellschaft des ProSiebenSat.1 Konzerns aufgrund dessen umfangreichen Geschäftstätigkeiten vielfältigen Risiken ausgesetzt. Soweit die Voraussetzungen für die bilanzielle Berücksichtigung gegeben waren, wurde für alle erkennbaren Risiken eine angemessene Vorsorge getroffen.

In den folgenden Abschnitten werden Risiken beschrieben, die Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragsalge des ProSiebenSat.1 Konzerns haben können.

KONZERNEBENE

Operative Risiken

Makroökonomische Risiken: Die Weltwirtschaft war 2021 das zweite Jahr in Folge maßgeblich durch die Ausbreitung des Coronavirus und seiner Virusvarianten bestimmt. Dabei erholte sich die Konjunktur weltweit insgesamt aber spürbar: Der Internationale Währungsfonds (IWF) rechnet für das abgelaufene Jahr 2021 mit einem Wachstum der Weltwirtschaft von 5,9 Prozent, nachdem diese infolge der COVID-19-Pandemie im Jahr 2020 um real minus 3,1 Prozent eingebrochen war.

Die deutsche Wirtschaft konnte sich 2021 erholen, erreichte aber noch nicht das Vorkrisenniveau von 2019. Aufgrund ihres starken Industriesektors ist die hiesige Wirtschaft in besonderem Maße

von Lieferproblemen und Preiserhöhungen geprägt, die die rasche globale Konjunkturerholung sowie die entsprechend hohe Nachfrage nach Rohstoffen und Vorprodukten im abgelaufenen Jahr verursacht haben. Der private Konsum blieb auf Vorjahresniveau. Zwar legte er – nach schwachem Jahresbeginn – in den beiden Sommerquartalen kräftig zu, wurde allerdings im vierten Quartal durch wieder steigende Infektionszahlen und einhergehende Beschränkungen erneut gebremst. Zusätzlich schmälerte die steigende Inflationsrate zum Jahresende den Konsumspielraum der privaten Haushalte.

Dennoch ist zu erwarten, dass die deutsche Wirtschaft nach dem Winterhalbjahr 2021/22 auf den Wachstumspfad zurückkehren wird. Dafür sprechen die weiterhin dynamische Weltkonjunktur, der immer noch hohe Auftragsbestand in der Industrie sowie die solide Finanzlage der privaten Haushalte mit entsprechend großem Konsumpotenzial. Die Bundesregierung rechnet für 2022 derzeit mit einem gesamtwirtschaftlichen Wachstum von real plus 3,6 Prozent. Prognosen sind per se mit Unsicherheiten behaftet, derzeit sind sie jedoch besonders hoch: So könnte sich die Konjunkturerholung einerseits weiter verzögern, andererseits aber auch deutlich dynamischer erfolgen. Ausschlaggebend hierfür bleibt insbesondere der weitere Verlauf und die Intensität der Pandemie mit ihren Virusvarianten. Vor diesem Hintergrund erachten wir die makroökonomischen Risiken im Vergleich zum Vorjahr als unverändert. Den Eintritt stufen wir wie im Vorjahr als möglich ein, während im Falle des Eintritts weiterhin wesentliche finanzielle Auswirkungen folglich nicht vollständig ausgeschlossen werden können. Insgesamt stufen wir diesen Sachverhalt weiterhin als hoch ein.

Wertminderungsrisiken: Das Risiko von Wertminderungen immaterieller Vermögenswerte ist unter anderem aufgrund der im Verlauf des Jahres 2021 verbesserten pandemischen Lage in seiner Bewertung auf Konzernebene gesunken. Den Eintritt schätzen wir fortan als sehr unwahrscheinlich (Vorjahr: unwahrscheinlich) und die Auswirkung als erheblich ein (Vorjahr: wesentlich). Somit stufen wir das Risiko als insgesamt gering ein (Vorjahr: mittel). Dementsprechend wird dieses Risiko nicht mehr detailliert in diesem Bericht aufgeführt.

Compliance-Risiken

Allgemeine Compliance-Risiken (inkl. gesetzliche Berichtspflichten, Kartellrecht, Gerichtsverfahren): Die digitale Entwicklung stellt den Gesetzgeber vor neue Herausforderungen und konfrontiert Unternehmen mit einer zunehmenden Regulierungsdichte, insbesondere in den Bereichen Verbraucher- und Datenschutz. Die daraus resultierende Risikobedeutung hat sich im Vergleich zum Vorjahr für uns nicht verändert: Wir bewerten Compliance-Risiken weiterhin als mittleres Risiko mit potenziell wesentlicher Auswirkung und unwahrscheinlichem Eintritt. Zur Prävention möglicher gesetzlicher Verstöße beobachten wir die Rechtsentwicklungen genau, um auf Veränderungen angemessen zu reagieren. Gemeinsam mit Politik und Industrie will der Konzern die Chancen der Digitalisierung fördern, um somit den Wirtschafts- und Innovationsstandort Deutschland langfristig zu stärken. Dabei stehen aktuell folgende Themen im Fokus:

Die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) hat die rechtlichen Vorgaben zur Verarbeitung personenbezogener Daten in der Europäischen Union harmonisiert. Die daraus resultierenden Rechte und Pflichten im Bereich Online-Werbung sind jedoch nach wie vor nicht vollumfänglich abzuschätzen; dies gilt insbesondere hinsichtlich der Vorgaben zur Verarbeitung von Daten für zielgruppenspezifische Werbung im Internet. Die Online-Werbewirtschaft hat daher verschiedene Initiativen gegründet, wie das Transparency & Consent Framework in seiner aktuellen Version 2.0 (TCF 2.0), das die datenschutzrechtlich notwendige Abfrage von Einwilligungen bei den Nutzer:innen ermöglicht. Hier ist noch nicht geklärt, ob und in welchem Umfang die zuständige belgische Datenschutzaufsichts-Behörde den TCF-Mechanismus beanstandet und welche Nachbesserungspflichten sie ggf. anordnet. Ein Scheitern des TCF könnte das werbefinanzierte Geschäftsmodell der ProSiebenSat.1 Group schädigen, da dadurch deutlich erschwert würde, die für Werbeausspielungen nötigen Einwilligungen einzuholen. Wir erwarten ferner weitere

gesetzgeberische Maßnahmen zur Einwilligungserfordernis für Cookies und andere Online-Identifier in Deutschland; zudem könnte ein Gesetzesentwurf für ein Telekommunikations- und Teledienste-Datenschutzgesetz die für die Online-Werbeindustrie zentrale Wiedererkennung der Nutzer:innen weiter einschränken. Die Europäische Kommission hat infolge des Schrems II-Urteils neue Standardvertragsklauseln (SCCs) für Datentransfers in unsichere Drittstaaten (insb. USA) verabschiedet, für deren Abschluss die Parteien ergänzende Schutzmaßnahmen definieren bzw. implementieren müssen. Finden sich keine adäquaten ergänzenden Schutzmaßnahmen, muss auf einen weniger geeigneten Anbieter innerhalb des Europäischen Wirtschaftsraums zurückgegriffen werden. Unabhängig davon sind der/die jeweilige Betreiber:in eines Online-Angebots und in das Online-Angebot eingebundene Daten verarbeitende Dritte gemeinsam verantwortlich i.S.d. Art. 26 DSGVO. Dies bringt das Erfordernis mit sich, dass der/die jeweilige Betreiber:in des Online-Angebots mit einer Vielzahl von eingebundenen Dritten Vereinbarungen über gemeinsame Datenverarbeitung (Joint Controller Arrangements – JCAs) abschließen muss, um den Anforderungen der DSGVO zu entsprechen.

Das im Juni 2021 verabschiedete Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz wird am 1. Januar 2023 in Kraft treten. Es wird die Gesellschaften der ProSiebenSat.1 Group verpflichten, bestimmte, angemessene Maßnahmen zur Absicherung gegen bestimmte menschenrechtliche und umweltrechtliche Risiken im eigenen Geschäftsbereich sowie hinsichtlich ihrer unmittelbaren und mittelbaren Geschäftspartner:innen zu implementieren. Die Verletzung der sich daraus ergebenden Pflichten kann signifikante negative Haftungs- und Rechtsfolgen sowie Bußgelder nach sich ziehen.

Verschiedene Gesetzgebungsvorhaben auf europäischer und nationaler Ebene zielen darauf ab, die Verbraucherrechte weiter zu stärken. Mit Inkrafttreten der nationalen Umsetzung des EU-Richtlinienpakets zu digitalen Inhalten und Dienstleistungen bzw. für den Warenkauf am 1. Januar 2022 werden die Rechte der Verbraucher:innen insbesondere bei der Gewährleistung von digitalen Inhalten, digitalen Dienstleistungen und beim Warenkauf gestärkt. Des Weiteren sieht die EU-Omnibus-Richtlinie als Teil des „New Deal for Consumers“ u.a. Änderungen am Widerrufsrecht, neue Transparenzregelungen für Online-Marktplätze sowie eine Novellierung der Preisangabenverordnung vor. Diese Regelungen treten auf nationaler Ebene am 28. Mai 2022 in Kraft. Bei bestimmten Verstößen können Bußgelder von bis zu vier Prozent des Jahresumsatzes eines Anbieters verhängt werden. Ein weiterer Bestandteil des "New Deal for Consumers"-Pakets ist die EU-Verbandsklage-Richtlinie, die am 24. Dezember 2020 verabschiedet wurde, binnen zwei Jahren in nationales Recht umzusetzen und sodann sechs Monate später in Kraft treten wird. Bei bestimmten Verstößen gegen EU-Recht, z.B. im Bereich des allgemeinen Verbraucherrechts oder im Datenschutz, sollen sog. qualifizierte Einrichtungen künftig im Namen von Verbraucher:innen neben Unterlassungsansprüchen auch Ansprüche auf Schadenersatz, Nachbesserung oder Vertragsauflösung vor den nationalen Gerichten geltend machen können. Bereits verabschiedet wurde zudem das „Gesetz für faire Verbraucherverträge“, das u.a. eine stärkere Regulierung von Verträgen mit längeren Laufzeiten einschließlich einer erleichterten Kündigungsmöglichkeit für Verbraucher:innen über einen Online-Kündigungsbutton vorsieht. Die Regelungen treten gestaffelt zum 1. März 2022 bzw. zum 1. Juli 2022 in Kraft und betreffen den Konzern in Teilen seiner Segmente (Commerce & Ventures und Dating & Video).

Die Dynamik digitaler Märkte bringt notwendige Anpassungen des nationalen und europäischen Kartellrechts mit sich. Unternehmen mit überragender marktübergreifender Bedeutung für den Wettbewerb stehen mit der Einführung des GWB-Digitalisierungsgesetzes unter verschärfter Missbrauchsaufsicht. Auf europäischer Ebene wurde eine Ex-ante-Regulierung digitaler Plattformen sowie die zentralisierte Durchsetzung des neuen Ordnungsrahmens auf den Weg gebracht. Dies sind entscheidende Schritte, um gleiche Wettbewerbsbedingungen in digitalen Märkten zu schaffen und künftig rechtzeitig gegen Wettbewerbsverzerrungen im Umfeld digitaler Ökosysteme vorzugehen.

Schließlich ist auch die Reformierung des Urhebervertragsrechts von Relevanz. Die neuen gesetzlichen Regelungen enthalten unbestimmte Rechtsbegriffe und einige weitere, unklare Formulierungen, bezüglich derer erst durch die Rechtsprechung und Branchenübung in den nächsten Jahren mehr Rechtssicherheit erreicht werden kann. Derzeit sind die Auswirkungen auf die ProSiebenSat.1 Group daher noch nicht final absehbar.

SEGMENT ENTERTAINMENT

Operative Risiken

Allgemeine Branchenrisiken (inkl. Mediennutzungsverhalten und Reichweitenentwicklung): Fernsehen ist nach wie vor das wichtigste Breitenmedium, dies gilt sowohl mit Blick auf die Reichweite als auch die Mediennutzungszeit. Die steigende Internetnutzung hat das Mediennutzungsverhalten jedoch nachhaltig verändert. Schon seit Langem werden beispielsweise TV-Inhalte nicht nur live am stationären TV-Gerät genutzt, sondern auch on-demand und über mobile Endgeräte wie Laptop oder Smartphone. Generell zeigen die online verfügbaren Bewegtbildangebote wie beispielsweise Streaming-Plattformen eine ungebrochen hohe Akzeptanz bei den Nutzer:innen. Darauf haben wir unsere Strategie ausgerichtet und bauen unser Portfolio stetig aus.

Indem der Konzern Inhalte über möglichst viele Kanäle verbreitet und plattformunabhängig anbietet, bedienen wir zusätzliche Mediennutzungsinteressen. Auf diese Weise baut ProSiebenSat.1 die digitale Reichweite aus und stärkt zugleich das Markenprofil unseres klassischen Senderportfolios. Gleichzeitig fokussieren wir uns mit unseren Eigenproduktionen vor allem auf die werberelevante Prime Time. Vor diesem Hintergrund erachten wir die Risiken aus einer Veränderung der Bewegtbildnutzung als unverändert im Vergleich zum Vorjahr und sehen deren Eintritt als unwahrscheinlich an. Im Falle einer grundlegenden Veränderung können wir wie im Vorjahr wesentliche finanzielle Auswirkungen jedoch nicht vollständig ausschließen. Insgesamt stufen wir diesen Sachverhalt als mittleres Risiko ein.

Vermarktungsrisiken: Der Wettbewerb mit globalen Plattformanbietern ist intensiv. Dies birgt für die ProSiebenSat.1 Group das Risiko, dass sich die Investitionsbereitschaft von Werbekund:innen verringert bzw. das Preisniveau von Werbung im TV sinkt. Wesentliche Auswirkungen auf unsere Umsatzentwicklung im TV-Werbemarkt können wir nicht ausschließen, obgleich wir eine digitale und plattformübergreifende Entertainment-Strategie verfolgen.

Diese Entwicklung haben wir bei der Finanzplanung gegenüber dem Vorjahr berücksichtigt, wobei sich die Risikobewertung insgesamt nicht verändert hat: Die Eintrittswahrscheinlichkeit der Vermarktungsrisiken liegt durch die anhaltende Unsicherheit über die weitere Entwicklung des wirtschaftlichen Umfelds im Rahmen der COVID-19-Pandemie wie im Vorjahr weiterhin bei möglich mit einer weiterhin wesentlichen Auswirkung, sodass wir das Vermarktungsrisiko insgesamt weiterhin als hoch bewerten.

Content-Risiken: Der nationale und internationale Produktionsmarkt hat sich im Jahr 2021 im Vergleich zum Vorjahr stark erholt und positiv entwickelt. Auch künftig gehen wir von einer starken Nachfrage nach qualitativ hochwertigem Content und einem entsprechend guten Marktumfeld für die Produktionsunternehmen der ProSiebenSat.1 Group aus.

Dennoch ist das Produktionsgeschäft weiterhin von der COVID-19-Pandemie betroffen: Viele Produktionen waren mit Hindernissen wie Schließungen von Drehorten, logistischen Herausforderungen, umfangreichen Hygieneprozessen und sozialer Distanzierung konfrontiert. Die Produktionsunternehmen konnten ihre Prozesse hieran jedoch schnell sowie effizient anpassen und somit die produktionsbezogenen COVID-19-Risiken weitgehend kontrollieren. Mit diesen etablierten Prozessen sind die Unternehmen für den weiteren Verlauf der Pandemie gut aufgestellt, wobei auch 2022 Auswirkungen der Pandemie auf das Produktionsgeschäft nicht

vollständig auszuschließen sind. Infolgedessen sind die Content-Risiken in ihrer Bewertung im Vergleich zum Vorjahresende 2020 (verglichen mit dem Risiko: Risiken der Programmproduktion (national und international)) unverändert: Wir stufen das Risiko weiterhin als mittel mit einer potenziell wesentlichen Auswirkung ein. Den Eintritt erachten wir dabei nach wie vor als unwahrscheinlich.

» **INFORMATION**
Risiken der nationalen und internationalen Programmproduktion, Risiken bezüglich der Wertminderungen des Programmvermögens sowie allgemein jegliche Risiken mit Bezug auf Content werden seit dem Jahr 2021 fortlaufend in dem neuen Risiko „Content-Risiken“ zusammengefasst.

SEGMENT DATING & VIDEO

Operative Risiken

Allgemeine Branchenrisiken: Der Markt für Dating und Live-Video-Formate hat in nur wenigen Jahren eine hohe Verbraucherakzeptanz erreicht. Regulatorische Änderungen und Eingriffe auf nationaler und internationaler Ebene können dabei jedoch zu Risiken für unsere etablierten Geschäftsmodelle im Segment Dating & Video führen. So können diese insbesondere Einschränkungen in der freien Produkt- und Preisgestaltung ergeben, die wiederum die Entwicklung des Umsatzes und des Ergebnisses auch aus Gründen von Haftungsrisiken mittel bis langfristig negativ beeinflussen können.

Weiterhin wird der Wettbewerb sehr intensiv geführt. So besteht die Gefahr, dass sich die Konsumentennachfrage durch neue Marktteilnehmer:innen und Technologien sehr rasch ändert. Zusätzlich bergen die digitalen Geschäftsmodelle des Segments das Risiko einer Abhängigkeit von Drittanbietern, z.B. bei der Zahlungsabwicklung, der Bereitstellung von Videodiensten oder der Einhaltung von Vorgaben hinsichtlich personalisierter Werbung auf mobilen Endgeräten. Änderungen in diesen Geschäftsbeziehungen können sich dabei ähnlich negativ auf den Umsatz oder die Kosten auswirken wie eine Zunahme an einschränkenden rechtlichen Vorgaben für diese neuen wie auch für die bestehenden Technologien.

Wir beobachten diese Entwicklungen regelmäßig, um frühzeitig negative Veränderungen abzuschätzen und Gegenmaßnahmen einleiten zu können. Für den Fall, dass sich regulatorische Änderungen andeuten, wird proaktiv an alternativen Angeboten gearbeitet, um potenziell negativen Auswirkungen bei Eintritt der Risiken entgegenzuwirken. Durch die stetige Weiterentwicklung des digitalen Produktangebots wird zudem ein nachhaltiger Wettbewerbsvorteil im Markt angestrebt. Vor dem Hintergrund dieser Maßnahmen gepaart mit der Entwicklung des Dating- und Live-Video-Marktes stufen wir die allgemeinen Branchenrisiken insgesamt wie im Vorjahr als mittel mit unwahrscheinlichem Eintritt ein. Falls entscheidende Änderungen auftreten sollten, wäre die Auswirkung weiterhin wesentlich.

SEGMENT COMMERCE & VENTURES

Operative Risiken

Allgemeine Branchenrisiken: Seit dem vierten Quartal 2021 zeichnet sich im Segment Commerce & Ventures eine Zurückhaltung in der Konsumentennachfrage ab. Nach unserer Einschätzung ist diese Entwicklung die Folge der Turbulenzen an den internationalen Energiemärkten und einem spürbaren Anstieg der Inflation sowie einer andauernden pandemischen Lage.

Insbesondere die fortwährende Unsicherheit über den weiteren Pandemieverlauf bzw. den genauen Zeitpunkt der Normalisierung und damit eine nachhaltige Erholung der allgemeinen Konjunkturlage hat potenziell negative Auswirkungen auf die wirtschaftliche Lage unserer Geschäfts- und Kooperationspartner:innen im Segment Commerce & Ventures. Die verschiedenen für uns relevanten Branchen entwickeln sich zwar unterschiedlich, wir bewerten die allgemeinen Branchenrisiken für das Segment Commerce & Ventures wie im Vorjahr insgesamt dennoch als mittleres Risiko mit potenziell wesentlicher Auswirkung und unwahrscheinlichem Eintritt.

Vermarktungsrisiken: Durch eine verstärkte Aktivität von Wettbewerber:innen könnten die Vertriebskosten in Zusammenhang mit Kundenakquisitionen im Segment Commerce & Ventures steigen. Um diese Risiken zu begrenzen, arbeiten die Unternehmen des Segments an einer noch engeren Kommunikation mit den Kund:innen und erweitern das Angebotsportfolio bspw. durch Apps oder durch geschützte Portale, die Kund:innen einen Mehrwert bieten wie etwa individuelle, zusätzliche Informationen. Wir stufen die resultierenden Vertriebsrisiken insgesamt weiterhin als mittleres Risiko ein mit einer potenziell erheblichen Auswirkung und einem unwahrscheinlichen Eintritt.

ANGABEN ZUM INTERNEN KONTROLL- UND RISIKOMANAGEMENTSYSTEM IM HINBLICK AUF DEN (KONZERN-)RECHNUNGSLEGUNGSPROZESS MIT ERLÄUTERUNGEN

Das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem im Hinblick auf den (Konzern-) Rechnungslegungsprozess soll sicherstellen, dass Geschäftsvorfälle im Einzel- und Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE (aufgestellt in Übereinstimmung mit den am Abschlussstichtag gültigen International Financial Reporting Standards („IFRS"), wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind, und den nach § 315e Abs. 1 HGB ergänzend zu beachtenden handelsrechtlichen Vorschriften) bilanziell richtig abgebildet und die Vermögenswerte und Schulden damit hinsichtlich Ansatz, Bewertung und Ausweis zutreffend erfasst sind. Die konzernweite Einhaltung gesetzlicher und unternehmensinterner Vorschriften ist Voraussetzung hierfür. Umfang und Ausrichtung der implementierten Systeme wurden vom Vorstand anhand der für die ProSiebenSat.1 Group spezifischen Anforderungen ausgestaltet. Diese werden regelmäßig überprüft und gegebenenfalls aktualisiert. Trotz angemessener und funktionsfähiger Systeme kann eine absolute Sicherheit zur vollständigen Identifizierung und Steuerung der Risiken nicht gewährleistet werden. Die unternehmensspezifischen Grundsätze und Verfahren zur Sicherung der Wirksamkeit und Ordnungsmäßigkeit der (Konzern-) Rechnungslegung werden im Folgenden erläutert.

ZIELE DES RISIKOMANAGEMENTSYSTEMS IN BEZUG AUF RECHNUNGSLEGUNGSPROZESSE
Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE versteht das interne Kontrollsystem im Hinblick auf den Rechnungslegungsprozess als Teilbereich des konzernweiten Risikomanagementsystems. Durch die Implementierung von Kontrollen soll hinreichende Sicherheit erlangt werden, dass trotz der identifizierten Bilanzierungs-, Bewertungs- und Ausweisrisiken ein regelungskonformer (Konzern-) Abschluss erstellt wird. Die wesentlichen Ziele eines Risikomanagementsystems in Bezug auf die (Konzern-) Rechnungslegungsprozesse sind:

- **Identifizierung von Risiken, die das Ziel der Regelungskonformität des (Konzern-) Abschlusses und des (Konzern-) Lageberichts gefährden könnten.**
- **Begrenzung bereits erkannter Risiken durch Identifikation und Umsetzung angemessener Maßnahmen.**
- **Überprüfung erkannter Risiken hinsichtlich eines möglichen Einflusses auf den (Konzern-) Abschluss und die entsprechende Berücksichtigung dieser Risiken.**

Des Weiteren unterliegen unsere Prozessbeschreibungen sowie unsere Risikokontrollmatrizen einer jährlichen Überprüfung. Hierdurch wird die Aktualität der Beschreibung sichergestellt und damit auch die Etablierung kontinuierlich wirksamer Kontrollmechanismen erreicht. Die Ergebnisse dieser Überprüfungen sowie die Ergebnisse regelmäßiger Kontrolltests werden im Rahmen von Aktualisierungen integraler Bestandteil des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems im Hinblick auf den (Konzern-) Rechnungslegungsprozess. Basierend auf den Testergebnissen erfolgt eine Einschätzung, ob die Kontrollen angemessen ausgestaltet und wirksam sind. Erkannte Kontrollschwächen werden unter Beachtung ihrer potenziellen Auswirkungen behoben.

AUFBAUORGANISATION

– Die in den Konzern einbezogenen Abschlüsse der Einzelgesellschaften werden unter Zuhilfenahme von Standardsoftware erstellt.
– Die Konsolidierung der Meldedaten zum Konzernabschluss erfolgt mithilfe einer stabilen, marktüblichen Standardsoftware.
– Die Abschlüsse der Einzelgesellschaften werden nach lokalen Rechnungslegungsvorschriften, die Meldedaten nach dem auf IFRS basierten Bilanzierungshandbuch aufgestellt, das allen in den Rechnungslegungsprozess eingebundenen Mitarbeiter:innen verfügbar gemacht wird. Die in den Konzernabschluss einbezogenen Einzelgesellschaften übermitteln ihre Meldedaten in einem vorgegebenen Format an die Abteilung „Group Accounting & Reporting“.
– Die eingesetzten Finanzsysteme sind durch entsprechende Zugangs- und Zugriffskontrollen (Berechtigungskonzepte) geschützt.
– Es existiert für die Zwecke des Konzernabschlusses ein einheitlicher Kontenplan, nach dem die betreffenden Geschäftsvorfälle zu buchen sind.
– Die Ermittlung bestimmter rechnungslegungsrelevanter Sachverhalte (z.B. Gutachten zur Pensionsrückstellung) wird unter Mitwirkung externer Expert:innen vorgenommen.
– Die wesentlichen Funktionen im Rechnungslegungsprozess – Accounting, Taxes, Controlling sowie Treasury – sind klar getrennt. Die Verantwortungsbereiche sind eindeutig zugeordnet.
– Die am Rechnungslegungsprozess beteiligten Abteilungen und Bereiche werden in quantitativer und qualitativer Hinsicht angemessen ausgestattet. Es finden regelmäßig fachliche Schulungen statt, um eine Abschlusserstellung auf verlässlichem Niveau zu gewährleisten.
– Ein angemessenes Richtlinienwesen (z.B. auf HGB und IFRS basierende Bilanzierungshandbücher, Verrechnungspreisrichtlinie, Einkaufsrichtlinie, Reisekostenrichtlinie etc.) ist eingerichtet und wird bei Bedarf aktualisiert. Die Wirksamkeit des internen Kontrollsystems in Bezug auf die rechnungslegungsrelevanten Prozesse wird (in Stichproben) durch den prozessunabhängigen Bereich Internal Audit überprüft.

ABLAUFORGANISATION

– Für die Planung, Überwachung und Optimierung des Prozesses zur Erstellung des Konzernabschlusses erfolgt der Einsatz von Tools, die unter anderem einen detaillierten Abschlusskalender sowie alle wichtigen Aktivitäten, Meilensteine und Verantwortlichkeiten beinhalten. Allen Aktivitäten und Meilensteinen sind konkrete Zeitvorgaben zugeordnet. Die Einhaltung der Berichtspflichten und -fristen wird zentral durch das Konzernrechnungswesen überwacht.
– Bei allen rechnungslegungsbezogenen Prozessen werden Kontrollen wie Funktionstrennung, Vier-Augen-Prinzip, Genehmigungs- und Freigabeverfahren sowie Plausibilisierungen vorgenommen.
– Es besteht eine klare Zuordnung der Aufgaben bei der Erstellung des Konzernabschlusses (z.B. Abstimmung konzerninterner Salden, Kapitalkonsolidierung, Überwachung der Berichtsfristen und Berichtsqualität in Bezug auf die Daten der einbezogenen Unternehmen etc.). Für spezielle fachliche Fragestellungen und komplexe Bilanzierungssachverhalte fungieren die Abteilungen „Corporate Accounting“ und „Group Accounting & Reporting“ als zentrale Ansprechpartner.
– Alle wesentlichen in den Konzernabschluss einbezogenen Informationen werden umfangreichen systemtechnischen Validierungen unterzogen, um die Vollständigkeit und Verlässlichkeit der Daten zu gewährleisten.
– Risiken, die sich auf den (Konzern-) Rechnungslegungsprozess beziehen, werden kontinuierlich im Rahmen des im Risikobericht beschriebenen Risikomanagementprozesses erfasst und überwacht.

CHANCENBERICHT

CHANCENMANAGEMENT

Unser Ziel ist es, Chancen möglichst frühzeitig zu erkennen und durch geeignete Maßnahmen zu nutzen: Dazu erfasst ProSiebenSat.1 die als relevant definierten Wachstumsoptionen im Rahmen der Strategieplanung. Dabei werden die einzelnen Wachstumsoptionen priorisiert, konkrete Ziele abgeleitet sowie Maßnahmen und Ressourcen zur operativen Zielerreichung festgelegt.

Unser Chancenmanagement ist Bestandteil des unternehmensinternen Steuerungssystems. Organisatorisch erfolgt das Management von Chancen dezentral in den Geschäftsbereichen. Dieser Prozess wird von der Abteilung „Group Strategy“ unterstützt und koordiniert: Die Abteilung steht in engem Kontakt mit den einzelnen operativen Einheiten und erhält so einen detaillierten Einblick in die Geschäftssituation. Zudem dienen Markt- und Wettbewerbsanalysen sowie der Erfahrungsaustausch mit externen Expert:innen als wichtige Quellen, um Wachstumsmöglichkeiten für die ProSiebenSat.1 Group zu identifizieren.

» **INFORMATION**
Chancen, deren Eintrittswahrscheinlichkeit wir als hoch einstufen, haben wir bereits in unsere Prognose für 2022 sowie unsere mittelfristige Planung bis 2026 aufgenommen. Diese Wachstumsmöglichkeiten berichten wir im Unternehmensausblick. Daneben existieren Potenziale, die bislang nicht bzw. nicht vollumfänglich budgetiert sind; diese möglichen positiven Budgetabweichungen beschreiben wir nachfolgend, sofern sie für den Planungszeitraum bis 2026 relevant und wesentlich sind.

CHANCENMANAGEMENT



Synergien durch Vernetzung von Geschäftsfeldern. Aus der Vernetzung unserer Segmente und Geschäftsfelder ergeben sich vielfältige und wechselseitige Synergien. Dies ist ein wichtiger Wettbewerbsvorteil. Die ProSiebenSat.1 Group berichtet in den drei Segmenten Entertainment, Dating & Video (vormals: Dating) sowie Commerce & Ventures und setzt damit die konsequente

Fokussierung des Konzerns auf Synergien und Wertschaffung fort. In diesem Zusammenhang wurden zu Beginn des Geschäftsjahres 2021 das Produktions- und Vertriebsgeschäft der Red Arrow Studios sowie die Digital Media & Entertainment-Company Studio71 in das Segment Entertainment integriert. Damit trägt ProSiebenSat.1 der strategischen Nähe der beiden Geschäfte Rechnung, da sich die Red Arrow Studios insbesondere darauf konzentrieren, vermehrt Inhalte für die Entertainment-Plattformen des Konzerns zu produzieren. Der Fokus auf lokale und Live-Inhalte differenziert uns von multinationalen Streaming-Anbietern und stellt so einen zunehmend wichtigen Wettbewerbsfaktor dar.

Zum Segment Commerce & Ventures zählen der Investitionsarm SevenVentures, das Portfolio des Investitionsvehikels SevenGrowth sowie die Unternehmen der NuCom Group. In dem Segment sind die Minderheits- und Mehrheitsinvestitionsbereiche des Konzerns gebündelt, die ProSiebenSat.1 insbesondere über Medialeistung und -unterstützung aufbaut und die so zur Wachstumsstrategie des Konzerns beitragen. Gleichzeitig können damit Synergien und daraus resultierende Wertschaffung zwischen den beiden Segmenten Entertainment sowie Commerce & Ventures nachhaltig gestärkt werden und neu entstehen: So sind Produkte und Dienstleistungen aus Consumer-Internet-Bereichen einerseits besonders geeignet für Bewegtbild-Werbung im TV wie auch auf unseren digitalen Entertainment-Plattformen. Andererseits können wir über verbraucherorientierte Digital-Plattformen ein umfangreiches Wissen über Konsumdaten aufbauen und damit wiederum Werbekund:innen einen Mehrwert bieten.

Kern unserer Strategie ist es, Synergien bestmöglich zu heben. Diese Zielsetzung ist auch Grundlage für Investitionsentscheidungen, wobei die Investitionswährung Media hier von zentraler Bedeutung ist: Aufgrund ihrer hohen TV-Reichweite und des diversifizierten Entertainment-Portfolios kann die ProSiebenSat.1 Group Marken, die das bestehende Portfolio wertsteigernd ergänzen, effektiv und nachhaltig stärken. Darüber hinaus kann ProSiebenSat.1 auf Werbe-Freiflächen rasch reagieren und den eigenen Portfoliounternehmen anbieten. Damit kann ProSiebenSat.1 durch den Einsatz von Medialeistung Potenziale heben, die über marktübliche Kosten- und Umsatzsynergien hinausgehen. Sobald ein Unternehmen die ersten Wachstumsphasen erfolgreich durchlaufen hat und nächste Entwicklungsschritte folgen können, tätigt die ProSiebenSat.1 Group auch größere Akquisitionen.

Ein Beispiel hierfür ist der Kauf der The Meet Group. Ihr Portfolio ergänzt die Parship Group synergetisch und trägt wesentlich zur Umsatzdiversifizierung des Gesamtkonzerns bei. Das initiale Investment im Bereich Matchmaking erfolgte 2012 über eine Media-for-Revenue-Partizipation an Parship, in den folgenden Jahren hat ProSiebenSat.1 dann die Mehrheit erworben und weitere Online-Dating-Marken akquiriert. Dabei agiert die über diese Buy- and Build-Strategie entstandene ParshipMeet Group in einem profitablen und wachstumsstarken Markt. Dank umfangreicher Expertise ist es unser Ziel, die Plattformen der ParshipMeet Group gemeinsam weiter zu optimieren und von der engeren Verzahnung der Geschäfte zu profitieren.

Welchen Wertbeitrag operative und technische Synergien innerhalb der ParshipMeet Group leisten können, hat die erfolgreiche Integration von eharmony bereits gezeigt: Wir haben die in Nordamerika, dem Vereinigten Königreich und Australien verfügbare Plattform nach der Übernahme im Jahr 2018 auf eine gemeinsame technologische Infrastruktur mit Parship und ElitePartner migriert. Synergien in den Bereichen Plattformentwicklung, Marketing und Einkauf haben so dazu beigetragen, die wirtschaftliche Performance deutlich zu verbessern. Das Unternehmen profitiert seither von diesen Effizienzmaßnahmen und der gesteigerten Attraktivität seiner Angebote: eharmony ist heute zentraler Wachstumstreiber des Matchmaking-Portfolios. Zu den aktuellen Fokusthemen der ParshipMeet Group gehört die Repositionierung der Marke Parship, deren Grundstein im Geschäftsjahr 2021 gelegt wurde. Dabei profitiert das im Dating & Video-Segment des Konzerns gebündelte Geschäft unmittelbar vom Zugriff auf bestehende Systeme, etwa im Bereich Einkauf, und kann so eigene Unternehmensstrukturen effizient weiterentwickeln.

Zusätzlich besteht Potenzial für weitere Cross-Selling-Initiativen im Konzernverbund mit der ProSiebenSat.1 Group. Insbesondere das Live-Video-Streaming-Know-how der ParshipMeet Group stärkt unsere Position im Dating-Geschäft und eröffnet uns neue Potenziale. Die Nachfrage nach Livestreaming ist groß – die Creator produzieren täglich rund 200.000 Stunden an Streaming-Inhalten. Wir nutzen das Live-Video-Streaming-Know-how aber nicht nur für diese Angebote – wir sehen darin auch Synergiepotenziale mit dem Entertainment-Portfolio. Ziel ist es daher, beide Segmente künftig noch enger zu verzahnen. Zugleich stellen wir die Technologie vPaaS auch Drittunternehmen zur Verfügung und generieren so zusätzliche Umsätze.

Das Potenzial ist hoch. Die Angebote der ParshipMeet Group haben in den vergangenen 20 Jahren maßgeblich dazu beigetragen, die Popularität von Online-Dating zu fördern und Innovationen mittels eigener Technologien wie vPaaS voranzutreiben. Um unsere Angebote auch weiterhin möglichst eng an den Anforderungen unserer Kund:innen auszurichten, haben wir in den vergangenen Wochen intensiv Marktforschung betrieben und sechs zentrale Bedürfnisse identifiziert, die für die Weiterentwicklung unserer Apps auch im Kontext der Pandemie handlungsleitend sind: Authentizität, Wertschätzung, Verbindlichkeit, Sicherheit, Perspektive und Spaß. Diese Bedürfnisse zu erfüllen wird wesentlich sein, um auch künftig bestmöglich am Wachstum des Markts zu partizipieren und unsere hohe Verbraucherakzeptanz zu stärken.

Einstieg in neue, wachstumsstarke Geschäftsfelder und Portfoliofokussierungen. Der rasche Aufbau von Markenbekanntheit ist wettbewerbsentscheidend, gerade für junge Unternehmen in einem frühen Entwicklungsstadium. Deshalb bieten wir Start-ups mit TV-Werbung eine besondere Anschubfinanzierung und können Unternehmen zu attraktiven Bewertungen erwerben:

ProSiebenSat.1 verfolgt unterschiedliche M&A-Ansätze und akquiriert häufig über die Investitionsvehikel des Konzerns zunächst eine Minderheitsbeteiligung oder beteiligt sich über Medialeistungen an Unternehmen. Nach dem Prinzip „Reichweite trifft Geschäftsidee" kann ProSiebenSat.1 auf diese Weise ohne hohes unternehmerisches Risiko Erkenntnisse über neue Markt- und Geschäftsmodelle gewinnen, Marken aufbauen und das Wachstum von Unternehmen beschleunigen. Ein Beispiel hierfür ist die Investition in den Fitness-Aggregator Urban Sports Club mit dem Ziel, die Markenbekanntheit des Unternehmens in der deutschsprachigen Region durch Werbung auf den ProSiebenSat.1-eigenen TV- und Online-Plattformen zu erhöhen und so sein Wachstum weiter zu fördern. Im abgelaufenen Berichtsjahr hatte der ProSiebenSat.1-Konzern 15,6 Prozent der Anteile an Urban Sports Club erworben.

Dies ist ein Grundpfeiler unserer M&A-Strategie und zugleich ein zentraler Wettbewerbsvorteil, insbesondere auch gegenüber globalen Plattformanbietern. Dabei wird auch in Zukunft ein besonderer Fokus auf dem Segment Commerce & Ventures liegen und uns zusätzliches Wachstumspotenzial eröffnen.

Die ProSiebenSat.1 Group bewertet regelmäßig das Synergiepotenzial ihres Portfolios. Haben bestimmte Geschäfte jedoch nicht mehr genug Nähe zum Entertainment-Geschäft oder sind kein Plattformgeschäft, verkaufen wir diese gut entwickelten Commerce-Marken an einen besser geeigneten Eigentümer. Auf diese Weise stellt der Konzern sein Portfolio fokussierter auf und verschafft sich damit finanziellen Freiraum für künftige wertschaffende Investitionen.

Datenbasierte Geschäftsmodelle und Digitalisierung von TV-Werbung. Globale Plattformanbieter wie Alphabet/Google, Meta/Facebook oder auch Netflix Inc. („Netflix") haben unter anderem aufgrund ihrer datenbasierten Geschäftsmodelle eine hohe Marktmacht. Durch ihre Größe können sie Nutzungsgewohnheiten beeinflussen. Dies gilt insbesondere auch für die Mediennutzung junger Menschen. Die ProSiebenSat.1 Group hat jedoch sehr frühzeitig begonnen, ihre TV-Angebote zu erweitern und crossmedial auszubauen. Dabei heben wir uns aufgrund unserer lokalen Content-Strategie von den Angeboten globaler Plattformanbieter ab und leisten einen zentralen Beitrag zur Medien- und Meinungsvielfalt. Wir behaupten uns mit unserer

Strategie in diesem Wettbewerb erfolgreich. Unser Ziel ist es, für jede Nutzungsform und auf allen Screens den passenden Service anzubieten.

Schon heute ist unser Programm jederzeit online und damit gerät, zeit- und ortsunabhängig verfügbar. Mit Joyn betreiben wir beispielsweise ein Streaming-Angebot, über das wir unseren Zuschauer:innen unsere TV-Programme auch on-demand zur Verfügung stellen. Bei den Distributionspartnern bleiben unsere starken Sendermarken unsere Leuchttürme. Aber auch im Bereich Distribution gehen wir neue Wege und schaffen durch erweiterte Kooperationen mit den Distributionsplattformen zusätzliche Reichweite und Angebote im Bereich Video-on-Demand sowie neue Vermarktungsmöglichkeiten, etwa in den Bereichen Daten und Addressable TV. So treiben wir die digitale Transformation des ProSiebenSat.1-Konzerns mit Nachdruck voran. Denn es wird immer bedeutender, datenbasierte Geschäftsmodelle auch für die Vermarktung von TV-Werbezeiten zu etablieren und auszubauen.

Ein Meilenstein in diesem Kontext ist die gerichtliche Klärung, regional zugeschnittene Werbung künftig auf allen linearen Verbreitungswegen ausstrahlen zu dürfen. Das Wachstumspotenzial für datenbasierte Werbeformen ist hoch. Fernsehwerbung erhält so neue Akzente, wird für Zuschauer:innen und Werbekund:innen interessanter und dadurch im intermedialen Vergleich noch wertvoller. Vor dem Hintergrund der EuGH-Entscheidung vom Februar 2021 unterstreicht nun das Urteil des Landgerichts Stuttgart vom 23. Dezember 2021 unsere politische Forderung: Wir brauchen in Deutschland eine zeitgemäße Regulierung und mehr Chancengleichheit im Werbemarkt – auch um heimische Unternehmen im internationalen Wettbewerb zu fördern und nicht zu behindern. So ist beispielsweise globalen Digitalkonzernen wie Google oder Facebook kontextbezogene Werbung wie der regionale Zuschnitt von Werbung im Internet seit jeher erlaubt. Damit können wir nun auch im linearen TV Werbespots regional selektiv an die passgenaue Adresse ausliefern. Daraus eröffnet sich für uns die Chance, neue Produkte für weitere Kundengruppen anzubieten.

Ein weiteres Beispiel für die zielgerichtete, kontextbezogene oder gar personalisierte Aussteuerung von Werbung im TV sind Addressable-TV-Spots, die ProSiebenSat.1 als erster TV-Konzern in Deutschland realisiert hat und nun über d-force, unser Joint Venture mit RTL Deutschland vorantreibt. 2021 hat ProSiebenSat.1 über 1.200 Addressable-TV-Kampagnen umgesetzt (rund 20 % mehr als im Vorjahr). Die Angebote von ProSiebenSat.1 basieren auf der HbbTV-Technologie, die es ermöglicht, Online-Inhalte auf Smart-TV-Geräten anzuzeigen. Daraus resultieren attraktive Werbemöglichkeiten, da Addressable-TV-Spots die Vorteile der digitalen Werbung mit linearem Fernsehen verknüpfen. Ziel ist es, unsere führende Position im Addressable-TV-Umfeld kontinuierlich auszubauen und der dynamisch steigenden Nachfrage nach innovativen Werbetechnologien mit neuen Produkten zu begegnen.

Mit der CrossDevice-Bridge etwa ermöglichen wir Werbekund:innen seit Dezember 2020 die geräteübergreifende Planung und Aussteuerung von TV- und Digital-Werbekampagnen. Dabei buchen die Kund:innen nicht mehr das Medium, über das sie ihre Werbung ausspielen wollen, sondern die Menge und Häufigkeit von Kontakten, die sie erreichen wollen. Dadurch wird crossmediale Werbeplanung deutlich einfacher und schneller: Die verschiedenen Screens können miteinander verbunden und aufeinander abgestimmt werden, sodass bestimmte Zielgruppen bei übergreifenden TV- und Digital-Kampagnen leichter adressiert werden können. Insgesamt 38 Mio Haushalte erreicht die Seven.One Media bereits heute mittels der CrossDevice-Bridge und deckt damit den Großteil der digitalen Mediennutzung in Deutschland ab.

Um die erzielte Reichweite kombinierter TV- und Video-Kampagnen unter Berücksichtigung einheitlicher Kriterien messbar und bewertbar zu machen, hat ProSiebenSat.1 gemeinsam mit dem Lizenzgeber Sky Media das Konzept CFlight für den deutschen Markt entwickelt. CFlight beinhaltet ein transparentes, crossmediales Kampagnen-Reporting, das die Vergleichbarkeit von TV- und Video-Werbekontakten garantiert. Die Ergebnisse dieser Messbarkeitswährung zeigen einmal mehr, dass wirkungsstarke Bewegtbild-Kampagnen crossmedial arbeiten. Dies ist Kern unserer

Vermarktungsstrategie. Dabei kombinieren wir konsequent die Vorteile des klassischen Fernsehens wie etwa seine hohe Reichweite mit den Vorteilen der digitalen Werbung, also zum Beispiel datenbasiertes Targeting, miteinander.

ZUSÄTZLICHE CHANCEN AUS DER ENTWICKLUNG VON RAHMENBEDINGUNGEN

Der Konzern hat seine Gesamtjahresprognose 2022 unter spezifischen Annahmen hinsichtlich der weiteren konjunkturellen Rahmenbedingungen getroffen. Eine positive Abweichung von diesen wichtigen Planungsprämissen könnte das Wachstum der gesamten Gruppe zusätzlich beschleunigen. Dies gilt insbesondere für eine günstigere Entwicklung des Werbeumfelds als im Unternehmensausblick beschrieben.

PROGNOSEBERICHT

Die ProSiebenSat.1 Media SE hängt in ihrer weiteren Geschäftsentwicklung wesentlich von den Tochtergesellschaften des Konzerns ab, denn das Ergebnis der ProSiebenSat.1 Media SE wird zu einem wesentlichen Teil vom Beteiligungsergebnis und damit von den möglichen Ausschüttungen der Tochtergesellschaften bestimmt. Somit dienen die Prognose zu den wirtschaftlichen Entwicklungen des Konzerns als Annahmen der Prognose der ProSiebenSat.1 Media SE. Daher wird im Folgenden neben den zukünftigen Rahmenbedingungen auch auf die Entwicklung wesentlicher Kenngrößen im Konzern eingegangen.

GESAMTAUSSAGE AUS SICHT DER UNTERNEHMENSLEITUNG: PROGNOSE 2022

Die ProSiebenSat.1 Group ist für die Zukunft gut aufgestellt. Wir verfügen über eine solide finanzielle Basis und eine klare Unternehmensstrategie, die die wichtigen Trends der verschiedenen Marktumfelder, in denen wir aktiv sind, reflektiert. Unser Fokus liegt insbesondere auf den Synergien zwischen unseren Geschäftsbereichen, dem Wachstum unserer Digital-Aktivitäten im Entertainment- sowie Commerce & Ventures-Geschäft und der Skalierbarkeit unserer Dating & Video-Plattformen. Diese konsequente Ausrichtung unserer Strategie zahlt sich aus: Im Laufe des Jahres 2021 haben wir uns bei allen bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikatoren signifikant verbessert. Auch künftig konzentrieren wir uns einerseits auf profitables Wachstum und andererseits auf die mittelfristige Verbesserung unseres P7S1 ROCE (Return on Capital Employed) auf über 15 Prozent.

KÜNFTIGE WIRTSCHAFTLICHE UND BRANCHENSPEZIFISCHE RAHMENBEDINGUNGEN

Für die globale Konjunktur prognostiziert der IWF für 2022 ein robustes Plus von 4,4 Prozent. Allerdings bestehen nach wie vor erhebliche Unsicherheiten, da zum einen der weitere Pandemieverlauf unklar ist und sich insbesondere die Virusvariante Omikron derzeit rasant ausbreitet. Zum anderen beeinflussen nach wie vor Rohstoffknappheit und Lieferengpässe die Konjunktur in hohem Maße. Diese Entwicklungen sind fortdauernder als die meisten Expert:innen im Jahresverlauf 2021 noch angenommen hatten.

Dennoch wird erwartet, dass sowohl die Pandemiebekämpfung weiter fortschreitet als auch die Produktionsabläufe zunehmend besser an die bestehenden Rahmenbedingungen angepasst werden, zumindest in den entwickelten Volkswirtschaften. Bei Bedarf dürften hier auch weitere staatliche Stützungsmaßnahmen zum Einsatz kommen. Hierzu zählt das Infrastruktur- und Investitionsprogramm der US-Regierung in Höhe von 550 Mrd US-Dollar, das starke Wachstumsimpulse setzt. Vor diesem Hintergrund rechnet der IWF trotz Belastungen für die US-Wirtschaft 2022 mit einem kräftigen Wachstum von 4,0 Prozent.

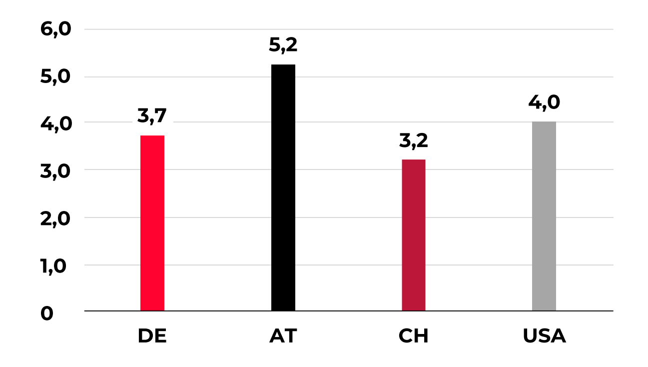
Die Erholung der deutschen Wirtschaft ist zum Jahreswechsel 2021/22 weitgehend zum Erliegen gekommen: Wie schon im Vorjahr stieg mit Beginn des Winters 2021 die Zahl der COVID-19-Infektionen deutlich an, kontaktintensive Dienstleistungen und der stationäre Einzelhandel wurden erneut durch Schutzmaßnahmen eingeschränkt. Anders als in vorherigen Hochphasen der Pandemie wurden Geschäfte und Dienstleistungsbetriebe allerdings nicht komplett geschlossen, sodass auch die Abschwächung des privaten Konsums weniger stark ausfallen dürfte. Negativ auf die Konjunkturlage wirken sich jedoch die weltweiten Lieferengpässe aus, die den deutschen Industriesektor – und dort vor allem die bedeutsamen Industrien Automobil und Maschinenbau – erheblich belasten.

Es ist entsprechend davon auszugehen, dass Pandemiebeschränkungen und Lieferengpässe das erste Quartal 2022 bestimmen werden. Mit Beginn des Sommerhalbjahres ist auf Basis der

Einschätzung der Institute – wie schon im Vorjahr – jedoch eine kräftige wirtschaftliche Belebung für Deutschland zu erwarten. Vor allem die privaten Konsumausgaben dürften deutlich expandieren. Dafür sprechen weiterhin günstige Rahmenbedingungen wie der robuste Arbeitsmarkt, stabile Einkommensverhältnisse und hohe Ersparnisse. Zudem sollte sich im Jahresverlauf die Belastung der Verbraucher:innen durch die Inflation etwas verringern. Parallel dazu wird erwartet, dass die Industrieproduktion allmählich wieder Fahrt aufnimmt, insbesondere angesichts der hohen Auftragsbestände. Dies dürfte die Exportdynamik entsprechend beleben. Vor diesem Hintergrund rechnen die Konjunkturexpert:innen für das Gesamtjahr 2022 mit einem Anstieg des realen Bruttoinlandsprodukts zwischen 3,5 Prozent (Institut für Wirtschaftsforschung Halle, IWH) und 4,1 Prozent (Deutsche Bundesbank). Der private Konsum wird mit Prognosewerten zwischen plus 6,5 Prozent (ifo Institut) und 7,6 Prozent (Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung e.V., RWI) noch deutlich dynamischer erwartet.

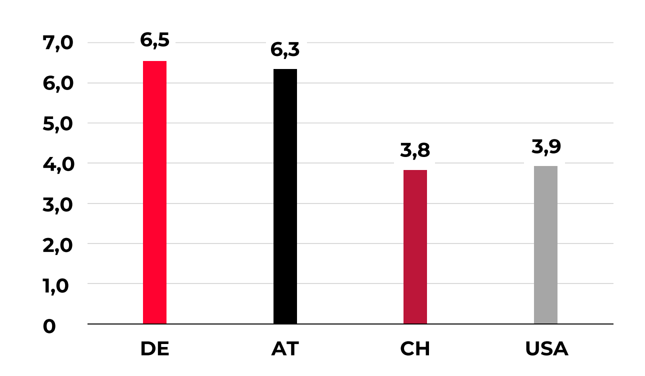
Prognosen sind per se mit Unsicherheiten behaftet, derzeit sind sie jedoch besonders hoch: So könnte sich die Konjunkturerholung einerseits weiter verzögern, andererseits aber auch deutlich dynamischer erfolgen. Ausschlaggebend hierfür bleibt insbesondere der weitere Verlauf und die Intensität der Pandemie mit ihren Virusvarianten. Zudem sorgt der Russland-/Ukraine-Krieg für weitere Unsicherheit.

ERWARTETE ENTWICKLUNG DES BRUTTO- INLANDSPRODUKTS IN DEN FÜR PROSIEBENSAT.1 WICHTIGEN LÄNDERN



2022 p (Prognose).
Quellen: DE: ifo, Konjunkturprognose Winter 2021 vom 14.12.2021.
AT: WIFO, Konjunkturprognose vom 15.12.2021.
CH: SECO, Konjunkturprognose vom 09.12.2021.
USA: IWF World Economic Outlook vom Januar 2022.

ERWARTETE ENTWICKLUNG DES PRIVATEN KONSUMS IN DEN FÜR PROSIEBENSAT.1 WICHTIGEN LÄNDERN

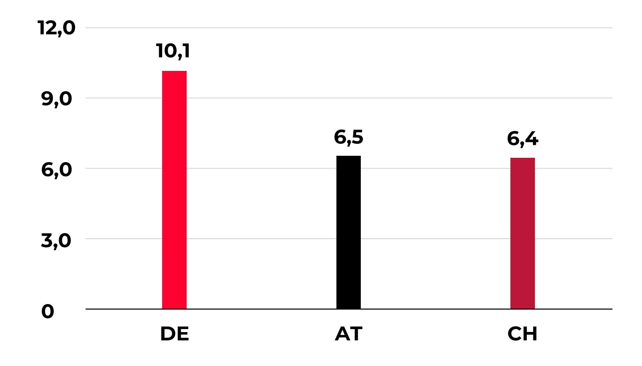


2022 p (Prognose).
Quellen: DE: ifo, Konjunkturprognose Winter 2021 vom 14.12.2021.
AT: WIFO, Konjunkturprognose vom 15.12.2021.
CH: SECO, Konjunkturprognose vom 09.12.2021.
USA: IWF World Economic Outlook vom Oktober 2021.

Die PricewaterhouseCoopers GmbH („PricewaterhouseCoopers“) rechnet für das Jahr 2022 mit einem Volumen des Entertainment-Markts in Höhe von insgesamt 40,5 Mrd Euro, dies ist ein Wachstum der Konsumentenausgaben um 5,9 Prozent. Die Ausgaben für digitale Entertainment-Angebote sollten dann ein Volumen von 11,3 Mrd Euro haben (2021: 10,4 Mrd Euro), wobei sich unter anderem der Streaming-Sektor weiter sehr dynamisch entwickelt. Bis 2025 dürfte der digitale Entertainment-Markt jährlich um 6,5 Prozent wachsen, der traditionelle Entertainment-Markt – darunter bspw. Print, TV oder Konzerte – dürfte in diesem Zeitraum durchschnittlich um 1,1 Prozent pro Jahr ansteigen. Bezüglich der weiteren Entwicklung der Konsument:innenausgaben für Entertainment-Angebote bestehen angesichts der COVID-19-Pandemie sowie der hohen Inflationsrate jedoch nach wie vor hohe Unsicherheiten. Dies gilt auch für die gesamte Werbebranche.

Für die Werbeausgaben im Jahr 2022 prognostizieren die Mediaagenturen Magna Global und ZenithOptimedia für den Netto-Gesamt-Werbemarkt einen Anstieg von 10,1 Prozent bzw. 3,7 Prozent. Während die Prognosen in den vorherigen Jahren noch eine negative Entwicklung des TV-Werbemarkts in Deutschland erwartet hatten, ist der Netto-TV-Werbemarkt 2021 deutlich gewachsen und auch für das Jahr 2022 erwarten die Expert:innen weiteres Wachstum (Magna Global: +5,0 %; ZenithOptimedia: +3,0 %). Dies unterstreicht die Bedeutung des Mediums TV – auch in die Zukunft gerichtet. Ebenfalls auf Netto-Basis dürfte sich InStream-Videowerbung weiter dynamisch entwickeln und das Wachstum des Online-Werbemarkts vorantreiben. Allerdings ist die Prognoseunsicherheit hoch, zumal die seit Jahresbeginn 2022 in Deutschland aufgrund der neuen Omikron-Virusvariante bundesweit erneut stark ansteigenden Infektionszahlen in den Prognosen noch nicht reflektiert sind. Ob und in welchem Ausmaß sich darüber hinaus die Inflation auf Werbebudgets und -investitionen auswirkt, bleibt ebenfalls abzuwarten.

ERWARTETE ENTWICKLUNG DES NETTO-GESAMTWERBEMARKTS IN DEN FÜR PROSIEBENSAT.1 WICHTIGEN LÄNDERN



2022 p (Prognose).
Quelle: Magna Global, Global Advertising Forecast Dezember 2021, Zahlen auf Netto-Basis angepasst, dennoch methodische Unterschiede zwischen den Ländern und Quellen.

Im Segment Commerce & Ventures ist neben dem privaten Konsum der Online-Handel ein wichtiger Indikator für die weitere Umsatzentwicklung:

Bis 2025 dürfte der deutsche E-Commerce-Markt laut IFH Köln im Mittel ein Volumen von 139 Mrd Euro erreichen. Das durchschnittliche jährliche Wachstum von 2021 bis 2025 würde damit 10,4 Prozent betragen, der Anteil des Online-Handels am Einzelhandel soll bis 2025 auf 18,3 Prozent steigen (2021: 14,8 %). Der Online-Handel war in den Jahren 2020 und 2021 einer der größten Profiteure der COVID-19-Pandemie.

Das Volumen des Mietwagenmarkts in Europa soll sich laut Statista im Jahr 2022 auf 14,3 Mrd US-Dollar belaufen und damit das Vorkrisenniveau von 2019 mit einem Volumen von 16,9 Mrd US-Dollar noch nicht wieder erreichen. Das Marktvolumen von Online-Vergleichsportalen in Deutschland für die Bereiche Energie, Telekommunikation, Versicherungen und Konsumentenkredite dürfte 2022 stark davon abhängen, wie sich insbesondere die Energiepreise entwickeln werden.

Die COVID-19-Pandemie hat die Nutzung von Online-Angeboten in vielen Consumer-Märkten verstärkt. Digitale Kanäle sind zum alltäglichen Kommunikationsmittel geworden und helfen, soziale Interaktionen aufzubauen oder zu vertiefen. Diese Entwicklung zeigt sich auch im Dating & Video-Segment. Einer aktuellen Studie eines Beratungsunternehmens im Auftrag der ParshipMeet Group zufolge könnte das Gesamtvolumen des für unser Segment Dating & Video relevanten Marktes jährlich weiter zulegen und sich vor allem in den USA dynamisch entwickeln. Angesichts der Ausgangsbeschränkungen haben dabei im Jahr 2020 insbesondere „Treffen per Video“ deutlich an Bedeutung gewonnen und sich zwischenzeitlich fest als Nutzungsgewohnheit etabliert.

UNTERNEHMENSAUSBLICK

Prognose der ProSiebenSat.1 Media SE

Als Obergesellschaft des Konzerns vereinnahmt die ProSiebenSat.1 Media SE die Ergebnisse der wesentlichen deutschen Tochterunternehmen über Ergebnisabführungsverträge und Ausschüttungen. Die wirtschaftliche Lage der ProSiebenSat.1 Media SE ist insbesondere durch dieses Beteiligungsergebnis und damit wesentlich durch die Geschäftsentwicklung des gesamten ProSiebenSat.1 Konzerns geprägt. Basierend auf der dargestellten Prognose zur Entwicklung des Konzerns gehen wir im Geschäftsjahr 2022 von stabilen bis leicht gestiegenen Erträgen aus Ergebnisabführungen – bei denen Ergebniseffekte aus der Bewertung von Beteiligungen nicht berücksichtigt sind, da diese nicht vorhersehbar sind – aus. Hiervon unabhängig wird sich das Beteiligungsergebnis im Geschäftsjahr 2022 vermutlich insgesamt verringern, da die ProSiebenSat.1 Media SE reduzierte Dividendenausschüttungen vereinnahmen wird oder diese sogar entfallen können. Der handelsrechtliche Jahresüberschuss wird sich dadurch ebenfalls verringern. Die Entwicklung des Bilanzgewinns wird die Beibehaltung der kommunizierten Dividendenpolitik (50 Prozent Ausschüttung des bereinigten Konzernjahresüberschusses) weiterhin ermöglichen.

Prognose des ProSiebenSat.1 Konzerns

Die ProSiebenSat.1 Group verfolgt eine klare Strategie, die auf nachhaltiges und profitables Wachstum ausgerichtet ist. Da die makroökonomische Entwicklung in den Kernmärkten der ProSiebenSat.1 Group auch im Geschäftsjahr 2022 unter anderem aufgrund der andauernden COVID-19-Pandemie unsicher bleibt, hat sich der Konzern entschieden, für seine Umsatz- und adjusted EBITDA-Prognose jeweils einen Mittelwert mit einer Plus-/Minus-Varianz zugrunde zu legen, die diesen Rahmenbedingungen Rechnung tragen. Beeinträchtigungen des Geschäfts, die unter anderem aufgrund des momentanen Verlaufs der COVID-19-Pandemie bis zur Aufstellung des Geschäftsberichts 2021 am 1. März 2022 absehbar sind, hat der Konzern in seinem Ausblick berücksichtigt. Beeinträchtigungen des Geschäfts der ProSiebenSat.1 Group darüber hinaus, etwa auch durch negative Auswirkungen des Russland-/Ukraine-Kriegs auf die Kernmärkte des Konzerns, sind in dieser Prognose[2] nicht reflektiert.

Insgesamt strebt der Konzern auf dieser Grundlage an, im Gesamtjahr 2022 beim Umsatz weiter zu wachsen: Der Konzern erwartet 2022 – ohne weitere Portfolioveränderungen – einen **Umsatz** von rund 4,600 Mrd Euro mit einer Varianz von plus/minus 100 Mio Euro nach einem währungs- und portfoliobereinigten Vorjahreswert von 4,413 Mrd Euro[3]. Dies übersetzt sich in eine Umsatzwachstumsbandbreite des Konzerns im Geschäftsjahr 2022 von mindestens 2 Prozent bis zu rund 6 Prozent.

Die Bandbreite des Umsatzziels hängt insbesondere von der Entwicklung der Werbeerlöse in der DACH-Region ab: Für den unteren Wert der Varianz nimmt der Konzern im Vergleich zum Vorjahr stabile Werbeerlöse in der DACH-Region an, für den oberen Wert der Varianz ein Wachstum von 3 Prozent.

2 Der US-Dollar ist für die ProSiebenSat.1 Group neben dem Euro die wesentliche Währung. Der Konzern erwartet 2022 einen US-Dollar-Anteil am Konzernumsatz von ca. 20 Prozent bzw. am adjusted EBITDA von ca. 15 Prozent. Eine über das gesamte Geschäftsjahr durchschnittliche Stärkung oder Schwächung des US-Dollars im Verhältnis zum Euro um 1 Cent beeinflusst entsprechend die Umsatzerlöse des Konzerns um ca. 8 Mio Euro und das adjusted EBITDA um ca. 1 Mio Euro. Für die Prognose aller folgenden Kennzahlen legt der Konzern einen US-Dollarkurs im Verhältnis zum Euro von 1,15 US-Dollar im Geschäftsjahr 2022 zugrunde.
3 Basierend auf den Umsatzerlösen des Geschäftsjahres 2021 umgerechnet mit den Plankursen des Geschäftsjahres 2022 abzüglich insbesondere der Umsatzerlöse der in 2021 entkonsolidierten Gesellschaften Sonoma Internet GmbH (Amorelie), moebel.de Einrichten & Wohnen AG und Gravitas Ventures LLC in Höhe von insgesamt 101 Mio Euro.

Basierend auf diesen Umsatzannahmen und ohne weitere Portfolioveränderungen erwartet ProSiebenSat.1 im Gesamtjahr 2022 – weiterhin größtenteils getragen durch das Segment Entertainment – ein **adjusted EBITDA** der Gruppe von rund 840 Mio Euro mit einer Varianz von plus/minus 25 Mio Euro (währungs- und portfoliobereinigter Vorjahreswert: 825 Mio Euro[4]). Die Entertainment-Programmkosten werden dabei insgesamt auf dem Niveau des Vorjahres (Vorjahr: 1,054 Mrd Euro) liegen, wobei der Hauptteil der Gesamtprogrammkosten auf lokale Inhalte entfallen wird und diese abhängig von der Werbemarktentwicklung in Höhe von rund 50 Mio Euro gesteuert werden können. Hier nutzt der Konzern den Erfolg seiner lokalen Programmstrategie, um seine Reichweite über alle Plattformen auszubauen. Im abgelaufenen Geschäftsjahr lag die Gruppe so in der Prime Time in jedem Quartal vor den von der Ad Alliance vermarkteten Sendern des Hauptwettbewerbers RTL Deutschland (Marktanteile Zielgruppe 14-49 Jahre) und hat insbesondere im wichtigen vierten Quartal ihre Marktführerschaft weiter ausgebaut.

Das **adjusted net income** des Konzerns wird maßgeblich durch die Entwicklung des adjusted EBITDA bestimmt. Daneben wird diese Kenngröße durch das Finanzergebnis, in dem unter anderem die at-Equity-Beteiligung der Streaming-Plattform Joyn erfasst wird, sowie durch die Ertragsteuern beeinflusst. Für das Gesamtjahr 2022 erwartet der Konzern auf dieser Basis und ohne weitere Portfolioveränderungen, dass das adjusted net income auf oder leicht über dem Vorjahresniveau von 362 Mio Euro liegen sollte.

Der **adjusted Operating Free Cashflow ist** die relevante Cashflow-Steuerungsgröße des Konzerns und orientiert sich an der Entwicklung des adjusted EBITDA. Beim Erreichen eines mittleren Werts der angestrebten adjusted-EBITDA-Zielbandbreite geht ProSiebenSat.1 davon aus, dass sich der adjusted Operating Free Cashflow für das Gesamtjahr 2022 – aus Vergleichbarkeitsgründen korrigiert um die Veränderung der Investitionen für den Bau des neuen Campus am Standort Unterföhring – auf oder leicht über dem Vorjahreswert von 599 Mio Euro bewegen sollte.

Die ProSiebenSat.1 Group misst den mittelfristigen finanziellen Erfolg des Unternehmens anhand der Kennzahl **P7S1 ROCE** (Return on Capital Employed). Im Geschäftsjahr 2022 geht die Gruppe von einem P7S1 ROCE leicht über dem Niveau des Vorjahres von 14,1 Prozent aus.

Für den **Verschuldungsgrad** (Verhältnis von Netto-Finanzverbindlichkeiten zum LTM adjusted EBITDA des Konzerns) strebt ProSiebenSat.1 grundsätzlich eine Bandbreite von 1,5x bis 2,5x an. Zum Jahresende 2022 rechnet der Konzern – abhängig von der Geschäftsentwicklung und ohne Berücksichtigung eventueller Portfolioveränderungen – mit einem Verschuldungsgrad auf oder leicht unter Vorjahresniveau (Vorjahr: 2,2x).

Die Entwicklung der **Zuschauermarktanteile** ist der bedeutsamste nichtfinanzielle Leistungsindikator der ProSiebenSat.1 Group. Für das Geschäftsjahr 2022 geht der Konzern davon aus, seine führende Position bei den Zuschauermarktanteilen in der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen auf hohem Niveau halten zu können.

Darüber hinaus hat sich die ProSiebenSat.1 Group folgende **mittel- und langfristigen Ziele** für den gesamten Konzern gesetzt:

– Die ProSiebenSat.1 Group strebt auf Basis ihrer starken und auf drei sich ergänzenden Segmenten basierenden Strategie an, auch mittel- und langfristig weiterhin attraktiv für alle Stakeholder zu sein und mit einer klaren Ergebnisorientierung in allen drei Segmenten profitabel zu wachsen.

4 Basierend auf dem adjusted EBITDA des Geschäftsjahres 2021 umgerechnet mit den Plankursen des Geschäftsjahres 2022 abzüglich insbesondere des adjusted EBITDA der in 2021 entkonsolidierten Gesellschaften Sonoma Internet GmbH (Amorelie), moebel.de Einrichten & Wohnen AG und Gravitas Ventures LLC in Höhe von insgesamt 17 Mio Euro.

- Dabei hat sich ProSiebenSat.1 zum Ziel gesetzt, den Umsatz weiter zu diversifizieren und somit den Umsatzanteil außerhalb der TV-Werbeerlöse in der DACH-Region kontinuierlich auszubauen.
- Im Mittelpunkt steht dabei eine konsequente Wertschaffung: Mittelfristig will der Gesamtkonzern eine Rendite auf das eingesetzte Kapital, also einen P7S1 ROCE, von über 15 Prozent erzielen. Dafür sollen sich Erweiterungs- und Neuinvestitionen grundsätzlich innerhalb von drei Jahren amortisieren und dabei eine Verzinsung von mindestens 18 Prozent erwirtschaften. Strategische Projekte sollen sich im Regelfall innerhalb von fünf Jahren amortisieren.
- Die ProSiebenSat.1 Group strebt zudem auch mittelfristig weiterhin einen Verschuldungsgrad in einer Bandbreite zwischen 1,5x und 2,5x an.
- All diese Ziele reflektieren die Strategie, dass die ProSiebenSat.1 Group einer der führenden digitalen Infotainment- und Entertainment-Anbieter in der DACH-Region ist und mit dieser Stärke, weltweite synergetische digitale Verbraucherplattformen auf- und ausbaut.
- Die Dividendenpolitik des Konzerns, rund 50 Prozent des adjusted net income als Dividende auszuschütten, soll weiterhin Bestand haben, um die Aktionär:innen am nachhaltigen Erfolg der Unternehmensstrategie auch jährlich partizipieren zu lassen.

Dividendenvorschlag

Für das Geschäftsjahr 2021 empfiehlt der Vorstand dem Aufsichtsrat, der Hauptversammlung die Ausschüttung einer Dividende von 0,80 Euro je Aktie an die dividendenberechtigten Inhaber:innen vorzuschlagen (Vorjahr: 0,49 Euro). Dies entspricht einer erwarteten Gesamtzahlung von rund 181 Mio Euro. Die Zahlung der vorgeschlagenen Dividende ist abhängig von der Zustimmung der Hauptversammlung am 5. Mai 2022.

DIVIDENDENVORSCHLAG

Adjusted net income in Mio Euro	362
Anzahl ausstehender Aktien[1]	233.000.000
Anzahl eigener Aktien[1]	6.694.738
Anzahl dividendenberechtigter Aktien[1]	226.305.262
Dividendenvorschlag in Euro	0,80
Ausschüttung in Mio Euro	181
Ausschüttungsquote in Prozent	50

1 Zum Stichtag 31.12.2021.

Vorausschauende Aussagen

Prognosen basieren auf aktuellen Einschätzungen zukünftiger Entwicklungen. Wir stützen uns dabei auf unsere Budgetplanung sowie umfassende Markt- und Wettbewerbsanalysen. Die prognostizierten Werte werden in Übereinstimmung mit den im Konzernabschluss angewendeten Rechnungslegungsgrundsätzen und in Konsistenz mit den im Konzernlagebericht beschriebenen Bereinigungen ermittelt. Prognosen sind naturgemäß jedoch mit gewissen Unsicherheiten verbunden, die zu positiven oder negativen Planabweichungen führen können. Sollten Unwägbarkeiten eintreten oder die den vorausschauenden Aussagen zugrundeliegenden Prämissen nicht weiter zutreffen, könnten die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den getroffenen Aussagen oder implizit zum Ausdruck gebrachten Ergebnissen abweichen. Entwicklungen, die diese Prognose belasten könnten, sind zum Beispiel eine geringere Konjunkturdynamik als zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts erwartet. Diese und weitere

Faktoren werden ausführlich im Risiko- und Chancenbericht erläutert. Dort berichten wir auch über zusätzliche Wachstumspotenziale; Chancen, die wir bislang nicht bzw. nicht vollumfänglich budgetiert haben, könnten sich etwa aus unternehmensstrategischen Entscheidungen ergeben. Risikopotenziale werden systematisch und regelmäßig im Rahmen des konzernweiten Risikomanagementprozesses erfasst.

ÜBERNAHMERECHTLICHE ANGABEN

Die ProSiebenSat.1 Media SE ist als börsennotierte Gesellschaft, deren stimmberechtigte Aktien an einem organisierten Markt im Sinne des § 2 Abs. 7 WpÜG notiert sind, verpflichtet, in den Lagebericht die in § 289a Satz 1 HGB näher bezeichneten Angaben aufzunehmen. Sie sollen einen Dritten, der an der Übernahme einer börsennotierten Gesellschaft interessiert ist, in die Lage versetzen, sich ein Bild von der Gesellschaft, ihrer Struktur und etwaigen Übernahmehindernissen zu machen. Der nachfolgende Abschnitt enthält neben diesen gesetzlich vorgeschriebenen Angaben zugleich die hierauf bezogenen Erläuterungen gemäß § 176 Abs. 1 Satz 1 AktG i. V. m. Art. 9 Abs. 1lit. c) ii) SE-VO.

ZUSAMMENSETZUNG DES GEZEICHNETEN KAPITALS

Zum 31. Dezember 2021 betrug das Grundkapital der ProSiebenSat.1 Media SE 233.000.000 Euro. Es ist eingeteilt in 233.000.000 auf den Namen lautende nennwertlose Stückaktien mit einem anteiligen Betrag am Grundkapital von 1,00 Euro je Aktie. Mit allen Aktien sind die gleichen Rechte und Pflichten verbunden. Jede Aktie an der ProSiebenSat.1 Media SE gewährt in der Hauptversammlung eine Stimme und den gleichen Anteil am Gewinn.

Zum 31. Dezember 2021 betrug die Gesamtzahl eigener Aktien der Gesellschaft 6.694.738 Stück; dies entspricht einem Anteil von 2,9 Prozent am Grundkapital.

BESCHRÄNKUNGEN, DIE STIMMRECHTE ODER DIE ÜBERTRAGUNG VON AKTIEN BETREFFEN, UND BETEILIGUNGEN AM KAPITAL, DIE 10 PROZENT DER STIMMRECHTE ÜBERSCHREITEN

Dem Vorstand liegen keine Informationen über etwaige Beschränkungen der Stimmrechtsausübung oder hinsichtlich der Übertragbarkeit der Aktien vor, die über die allgemeinen regulatorischen Vorgaben, insbesondere des Kapitalmarktrechts und des Kartellrechts sowie der Mediengesetzgebung der Länder hinausgehen.

Geplante Veränderungen von Beteiligungsverhältnissen oder sonstigen Einflüssen müssen gemäß § 63 Satz 1 MStV bei der zuständigen Landesmedienanstalt vor ihrem Vollzug schriftlich angemeldet werden: Veränderungen dürfen nur dann von der zuständigen Landesmedienanstalt als unbedenklich bestätigt werden, wenn auch unter den veränderten Voraussetzungen eine Zulassung erteilt werden kann. Wird eine geplante Veränderung vollzogen, die nicht nach § 63 Satz 3 MStV als unbedenklich bestätigt wurde, ist die für den Betrieb bundesweiter TV-Sender gemäß § 52 MStV notwendige Zulassung zu widerrufen.

Geprüft werden das Vorliegen einer unzulässigen Beteiligung in- oder ausländischer staatlicher Stellen, deren gesetzlicher Vertreter oder politische Parteien sowie die Einhaltung der Regelungen zur Sicherung der Meinungsvielfalt im Rundfunk (§§ 53 und 60 ff. MStV).

Für geringfügige Veränderungen von Beteiligungsverhältnissen oder sonstigen Einflüssen hat das für die Landesmedienanstalten in dieser Sache gemäß § 105 Abs. 3 MStV zuständige Organ, die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK), Ausnahmen vorgesehen: Gemäß § 2 i. V. m. § 3 Meldepflicht-Richtlinie der KEK sind Änderungen von Beteiligungsverhältnissen geringfügig, wenn sie durch Erwerb, Veräußerung oder auf sonstige Weise mit weniger als 5 Prozent des Kapitals oder der Stimmrechte bewirkt werden.

Etwas anderes gilt für den Fall, dass (1) die Beteiligungsschwellen von 25 Prozent, 50 Prozent oder 75 Prozent erreicht, überschritten oder unterschritten werden, (2) eine Erhöhung oder Verringerung einer zuletzt angemeldeten Beteiligung um wenigstens 5 Prozent durch ein oder mehrere aufeinanderfolgende Geschäfte bewirkt wird, oder (3) eine Beteiligung an einer börsennotierten Aktiengesellschaft 5 Prozent erreicht oder überschreitet, und eine Überschreitung dieser Schwelle nicht bereits innerhalb eines vorausgehenden Zeitraums von 12 Monaten Gegenstand einer Anmeldung war (vgl. § 5 Meldepflicht-Richtlinie).

Die Bundesländer beabsichtigen, das Medienkonzentrationsrecht zu reformieren. In der Rundfunkkommission der Länder existiert eine Arbeitsgruppe, die Vorschläge für eine Anpassung des Medienstaatsvertrages erarbeitet, gleichzeitig erfolgen Anpassungen in den jeweiligen Mediengesetzen der Länder. Ziel ist das pluralistische Mediensystem weiter zu stärken.

Auf Grundlage der der Gesellschaft bis zum 31. Dezember 2021 zugegangenen Stimmrechtsmitteilungen gemäß §§ 33 und 34 WpHG bestehen folgende Beteilungen am Kapital der Gesellschaft, die 10 Prozent der Stimmrechte überschreiten:

Die MFE-MEDIAFOREUROPE N.V., Amsterdam, Niederlande („MFE-MediaForEurope"), hält, teilweise direkt und teilweise indirekt über die Mediaset España Comunicación, S.A., Madrid, Spanien, („Mediaset España Comunicación") eine Beteiligung in Höhe von 19,11 Prozent der Anteile mit Stimmrechten.

Aus ihrer direkten bzw. indirekten Beteiligung an der MFE-MediaForEurope und an der Mediaset España Comunicación wird der Finanziaria d'investimento Fininvest S.p.A., Mailand, Italien („Finanziaria d'investimento Fininvest"), eine indirekte Beteiligung in Höhe von 19,11 Prozent der Anteile mit Stimmrechten zugerechnet.

Aus seiner direkten bzw. indirekten Beteiligung an der Finanziaria d'investimento Fininvest, an der MFE-MediaForEurope und an der Mediaset España Comunicación wird wiederum Silvio Berlusconi, geboren am 29. September 1936, eine indirekte Beteiligung i.S. des § 34 WpHG in Höhe von 19,11 Prozent der Anteile mit Stimmrechten ausweislich der Stimmrechtsmitteilung vom 3. Dezember 2021 zugerechnet.

Zusätzlich hält Silvio Berlusconi indirekt über die vorgenannten Gesellschaften Instrumente i.S. des § 38 Abs. 1 WpHG in Höhe von 4,58 Prozent der Stimmrechtsanteile.

Gemäß der der Gesellschaft bis zum 15. Februar 2022 zugegangenen Stimmrechtsmitteilungen gemäß §§ 33 und 34 WpHG hat sich die Höhe der vorgenannten Beteiligungen im Vergleich zum Stichtag 31. Dezember 2021 verändert; danach hält Silvio Berlusconi über die vorgenannten Gesellschaften eine indirekte Beteiligung i.S. des § 34 WpHG in Höhe von 21,61 Prozent sowie indirekt ebenfalls über die vorgenannten Gesellschaften Instrumente i.S. des § 38 Abs. 1 WpHG in Höhe von 2,29 Prozent der Stimmrechtsanteile. Die Zurechnungen der direkten und indirekten Beteiligungen entsprechen der Darstellung zum Stichtag 31. Dezember 2021.

AKTIEN MIT SONDERRECHTEN, DIE KONTROLLBEFUGNISSE VERLEIHEN, UND STIMMRECHTSKONTROLLE, WENN ARBEITNEHMER:INNEN AM KAPITAL BETEILIGT SIND

Es wurden keine Aktien mit Sonderrechten ausgegeben, die Kontrollbefugnisse verleihen.

Es besteht keine Stimmrechtskontrolle für den Fall, dass Arbeitnehmer:innen am Kapital der ProSiebenSat.1 Media SE beteiligt sind und ihre Kontrollrechte nicht unmittelbar ausüben.

ERNENNUNG UND ABBERUFUNG VON VORSTANDSMITGLIEDERN

Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE besteht gemäß § 7 Abs. 1 Satz 1 der Satzung der Gesellschaft aus einer oder mehreren Personen; die genaue Zahl wird gemäß § 7 Abs. 1 Satz 2 der Satzung durch den Aufsichtsrat bestimmt. Die Ernennung und Abberufung der Mitglieder des Vorstands erfolgt gemäß Art. 39 Abs. 2 SE-VO grundsätzlich durch den Aufsichtsrat als Aufsichtsorgan. Gemäß § 7 Abs. 2 Satz 1 der Satzung i. V. m. Art. 46 SE-VO werden Vorstandsmitglieder für einen Zeitraum von höchstens fünf Jahren bestellt; Wiederbestellungen, jeweils für höchstens fünf Jahre, sind zulässig. Vorstandsmitglieder können vom Aufsichtsrat vorzeitig abberufen werden, wenn hierfür ein wichtiger Grund vorliegt. Für die Bestellung und Abberufung von Vorstandsmitgliedern ist die einfache Mehrheit der abgegebenen Stimmen im Aufsichtsrat erforderlich; bei Stimmengleichheit entscheidet die Stimme des Vorsitzenden des Aufsichtsrats (§ 12 Abs. 1 Satz 3 der Satzung der Gesellschaft). Fehlt ein erforderliches Vorstandsmitglied, so hat in dringenden Fällen das Gericht auf Antrag eines Beteiligten ein Mitglied zu bestellen (§ 85 Abs. 1 Satz 1 AktG i. V. m. Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-VO).

ÄNDERUNGEN DER SATZUNG

Über Änderungen der Satzung hat grundsätzlich die Hauptversammlung zu beschließen (Art. 59 Abs. 1 SE-VO). Ein satzungsändernder Beschluss der Hauptversammlung bedarf im Fall der ProSiebenSat.1 Media SE der einfachen Mehrheit der abgegebenen Stimmen, sofern mindestens die Hälfte des stimmberechtigten Grundkapitals bei der Beschlussfassung vertreten ist (Art. 59 Abs. 2 SE-VO, § 51 Satz 1 SEAG), andernfalls einer Mehrheit von zwei Dritteln der abgegebenen Stimmen (Art. 59 Abs. 1 SE-VO), soweit nicht die Satzung oder das Gesetz zwingend eine größere Mehrheit vorschreibt. Dies ist zum Beispiel bei der Änderung des Gegenstands des Unternehmens (§ 179 Abs. 2 Satz 1 AktG i. V. m. Art. 59 Abs. 1 und 2 SE-VO, § 51 Satz 2 SEAG) sowie der Schaffung bedingten Kapitals (§ 193 Abs. 1 Satz 1 und 2 AktG i. V. m. Art. 57 SE-VO, § 51 Satz 2 SEAG) oder genehmigten Kapitals (§ 202 Abs. 2 Satz 2 und 3 AktG i. V. m. Art. 57 SE-VO, § 51 Satz 2 SEAG) der Fall, wofür jeweils eine Mehrheit von mindestens drei Vierteln der gültig abgegebenen Stimmen erforderlich ist. Der Aufsichtsrat ist berechtigt, Änderungen der Satzung, die nur die Fassung betreffen, zu beschließen (§ 179 Abs. 1 Satz 2 AktG i. V. m. Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-VO, § 13 der Satzung der Gesellschaft).

BEFUGNISSE DES VORSTANDS, AKTIEN AUSZUGEBEN ODER ZURÜCKZUKAUFEN

Die Hauptversammlung vom 12. Juni 2019 hat die Gesellschaft gemäß § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 11. Juni 2024 (einschließlich) eigene Aktien der Gesellschaft im Umfang von insgesamt bis zu 10,0 Prozent des zum Zeitpunkt der Erteilung oder – falls dieser Wert geringer ist – des zum Zeitpunkt der Ausübung der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals der Gesellschaft nach näherer Maßgabe der Bestimmungen der Ermächtigung zu erwerben und diese, in den in der Ermächtigung näher bezeichneten Fällen auch unter Ausschluss des Bezugsrechts, zu verwenden. Der Erwerb eigener Aktien kann dabei im Umfang von insgesamt bis zu 5,0 Prozent des zum Zeitpunkt der Erteilung oder – falls dieser Wert geringer ist – des zum Zeitpunkt der Ausübung der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals nach näherer Maßgabe der Bestimmungen der Ermächtigung auch unter Einsatz von Derivaten erfolgen. Im Geschäftsjahr 2021 wurden keine eigenen Aktien erworben.

Der Vorstand wurde durch Beschluss der Hauptversammlung vom 1. Juni 2021 ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital der ProSiebenSat.1 Media SE bis zum 31. Mai 2026 (einschließlich) gegen Bar- und/oder Sacheinlagen einmalig oder mehrmals um insgesamt bis zu 46.600.000,00 Euro durch Ausgabe neuer auf den Namen lautender Stückaktien zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2021). Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats den weiteren Inhalt der Aktienrechte und die Bedingungen der Aktienausgabe festzulegen. Dabei kann

die Gewinnberechtigung der neuen Aktien auch abweichend von § 60 Abs. 2 AktG ausgestaltet werden; die neuen Aktien können insbesondere auch mit Gewinnberechtigung ab Beginn des ihrer Ausgabe vorangehenden Geschäftsjahres ausgestattet werden, wenn im Zeitpunkt der Ausgabe der neuen Aktien ein Gewinnverwendungsbeschluss der Hauptversammlung über den Gewinn dieses Geschäftsjahres noch nicht gefasst worden ist. Den Aktionär:innen ist grundsätzlich das gesetzliche Bezugsrecht auf die neuen Aktien zu gewähren. Das Bezugsrecht kann dabei auch ganz oder teilweise als mittelbares Bezugsrecht im Sinne von § 186 Abs. 5 Satz 1 AktG ausgestaltet werden. Der Vorstand ist jedoch ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionär:innen nach näherer Maßgabe der Bestimmungen der Ermächtigung auszuschließen, soweit die auf Grundlage des Genehmigten Kapitals 2021 unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionär:innen ausgegebenen Aktien insgesamt 10 Prozent des Grundkapitals nicht überschreiten, und zwar weder im Zeitpunkt des Wirksamwerdens noch im Zeitpunkt der Ausnutzung der Ermächtigung zum Bezugsrechtsausschluss.

Der Vorstand war durch Beschluss der Hauptversammlung vom 30. Juni 2016 ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital der ProSiebenSat.1 Media SE bis zum 30. Juni 2021 (einschließlich) gegen Bar- und/oder Sacheinlagen einmalig oder mehrmals um insgesamt bis zu 87.518.880 Euro durch Ausgabe neuer auf den Namen lautender Stückaktien zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2016). Nach der im November 2016 durch teilweise Ausnutzung des Genehmigten Kapitals in Höhe von 14.202.800 Euro erfolgten Kapitalerhöhung bestand das Genehmigte Kapital 2016 noch in Höhe von 73.316.080 Euro. Das Genehmigte Kapital 2016 wurde, soweit von ihm kein Gebrauch gemacht worden ist, durch Beschluss der Hauptversammlung vom 1. Juni 2021 mit Wirkung auf den Zeitpunkt der Eintragung der Satzungsänderung zur Schaffung des Genehmigten Kapitals 2021 im Handelsregister aufgehoben.

Der Vorstand wurde durch Beschluss der Hauptversammlung vom 1. Juni 2021 ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 31. Mai 2026 (einschließlich) einmalig oder mehrmals auf den Inhaber und/oder auf den Namen lautende Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen im Gesamtnennbetrag von bis zu 800.000.000,00 Euro mit einer befristeten oder unbefristeten Laufzeit zu begeben und den Inhabern bzw. Gläubigern von Schuldverschreibungen Wandlungs- oder Optionsrechte zum Bezug von insgesamt bis zu 23.300.000 neuen auf den Namen lautenden Stückaktien der Gesellschaft mit einem anteiligen Betrag des Grundkapitals von insgesamt bis zu 23.300.000,00 Euro nach näherer Maßgabe der Wandel- bzw. Optionsanleihebedingungen zu gewähren und/oder für die Gesellschaft entsprechende Wandlungsrechte vorzusehen („Ermächtigung 2021“).

Der Vorstand war aufgrund des Beschlusses der Hauptversammlung vom 30. Juni 2016 zudem ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 29. Juni 2021 (einschließlich) einmalig oder mehrmals auf den Inhaber und/oder auf den Namen lautende Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen im Gesamtnennbetrag von bis zu 1,5 Mrd Euro mit einer befristeten oder unbefristeten Laufzeit zu begeben und den Inhabern bzw. Gläubigern von Schuldverschreibungen Wandlungs- oder Optionsrechte zum Bezug von insgesamt bis zu 21.879.720 neuen auf den Namen lautenden Stückaktien der Gesellschaft mit einem anteiligen Betrag des Grundkapitals von insgesamt bis zu 21.879.720 Euro nach näherer Maßgabe der Wandel- bzw. Optionsanleihebedingungen zu gewähren und/oder für die Gesellschaft entsprechende Wandlungsrechte vorzusehen („Ermächtigung 2016“). Die Ermächtigung 2016, von welcher die Gesellschaft keinen Gebrauch gemacht hat, wurde mit Wirkung auf den Zeitpunkt des Wirksamwerdens der Ermächtigung 2021 aufgehoben.

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 1. Juni 2021 wurde das Grundkapital um insgesamt bis zu 23.300.000,00 Euro durch Ausgabe von insgesamt bis zu 23.300.000 neuen auf den Namen lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2021). Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Aktien an Inhaber:innen bzw. Gläubiger:innen von Wandelschuldverschreibungen sowie an Inhaber:innen von Optionsrechten aus Optionsschuldverschreibungen, die aufgrund Ermächtigung gemäß Beschluss der

Hauptversammlung vom 1. Juni 2021 bis zum 31. Mai 2026 (einschließlich) von der Gesellschaft oder einem in- oder ausländischen Unternehmen, an dem die Gesellschaft unmittelbar oder mittelbar mit der Mehrheit der Stimmen und des Kapitals beteiligt ist, ausgegeben werden.

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 30. Juni 2016 wurde das Grundkapital um insgesamt bis zu 21.879.720 Euro durch Ausgabe von insgesamt bis zu 21.879.720 neuen auf den Namen lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2016). Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Aktien an Inhaber:innen bzw. Gläubiger:innen von Wandelschuldverschreibungen sowie an Inhaber:innen von Optionsrechten aus Optionsschuldverschreibungen, die aufgrund Ermächtigung gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 30. Juni 2016 bis zum 29. Juni 2021 (einschließlich) von der Gesellschaft oder einem in- oder ausländischen Unternehmen, an dem die Gesellschaft unmittelbar oder mittelbar mit der Mehrheit der Stimmen und des Kapitals beteiligt ist, ausgegeben werden. Das Bedingte Kapital 2016 wurde durch Beschluss der Hauptversammlung vom 01. Juni 2021 mit Wirkung auf den Zeitpunkt der Aufhebung der Ermächtigung 2016 ebenfalls aufgehoben.

WESENTLICHE VEREINBARUNGEN DER GESELLSCHAFT, DIE UNTER DER BEDINGUNG EINES KONTROLLWECHSELS STEHEN, GEMÄẞ § 289a Abs. 1 SATZ 1 NR. 8 HGB

Die ProSiebenSat.1 Media SE hat die im Folgenden aufgeführten wesentlichen Vereinbarungen abgeschlossen, die Regelungen für den Fall eines Kontrollwechsels etwa infolge eines Übernahmeangebots beinhalten:

- Es besteht eine syndizierte Kreditvereinbarung der ProSiebenSat.1 Media SE, die zum 31. Dezember 2021 ein Darlehen in Höhe von 1,2 Mrd Euro (Vorjahr 2,1 Mrd Euro) sowie eine revolvierende Kreditfazilität mit einem Rahmenvolumen von 750 Mio Euro umfasst. Im Falle einer Änderung der Kontrolle über die ProSiebenSat.1 Media SE durch direkten oder indirekten Erwerb von mehr als 50 Prozent der Stimmrechte der ProSiebenSat.1 Media SE durch einen Dritten („Change of Control") haben die Kreditgeber das Recht, ihre Beteiligung an dem Kredit zu kündigen und die Rückzahlung der auf sie entfallenden Kreditinanspruchnahmen innerhalb einer bestimmten Frist nach Eintritt des Kontrollwechsels zu verlangen.

- Die ProSiebenSat.1 Media SE hat 2016 Schuldscheindarlehen in einer Gesamthöhe von 500 Mio Euro mit Laufzeitbändern von sieben Jahren (225 Mio Euro festverzinst und 50 Mio Euro variabel verzinst) und zehn Jahren (225 Mio Euro festverzinst) begeben. Im Berichtsjahr hat die Gesellschaft weitere Schuldscheindarlehen in einer Gesamthöhe von 700 Mio Euro mit Laufzeitbändern von vier Jahren (115,5 Mio Euro festverzinst und 110,5 Mio Euro variabel verzinst), sechs Jahren (193 Mio Euro festverzinst und 153 Mio Euro variabel verzinst), acht Jahren (46 Mio Euro festverzinst und 34 Mio Euro variabel verzinst) und zehn Jahren (48 Mio Euro festverzinst) begeben. Im Falle einer Änderung der Kontrolle über die ProSiebenSat.1 Media SE durch direkten oder indirekten Erwerb von mehr als 50 Prozent der Stimmrechte der ProSiebenSat.1 Media SE durch einen Dritten („Change of Control") haben die Darlehensgeber das Recht, ihre Darlehensbeteiligung zu kündigen und Rückzahlung zu verlangen.

- Im Berichtsjahr stand der ProSiebenSat.1 Media SE an der Börse Luxemburg ein Programm zur Begebung von Schuldverschreibungen mit einem Rahmenvolumen von bis zu 2,5 Mrd Euro zur Verfügung. Unter dem Programm wurden bisher keine Schuldverschreibungen begeben. Sollten Schuldverschreibungen begeben werden, könnten diese eine Kontrollwechselvereinbarung enthalten. Eine solche Kontrollwechselvereinbarung kann den Gläubigern das Recht geben, den Rückkauf der Schuldverschreibungen im Fall einer Änderung der Kontrolle über die ProSiebenSat.1 Media SE von mehr als 50 Prozent der Stimmrechte durch einen Dritten und dem Eintritt eines negativen Rating-Ereignisses zu verlangen.

- Darüber hinaus sehen einige Lizenzverträge für Filme, TV-Serien und andere für das Unternehmen wichtige Programme Regelungen vor, die den jeweiligen Anbieter von Programminhalten im Falle eines Kontrollwechsels dazu berechtigen, den entsprechenden Lizenzvertrag vorzeitig zu beenden. Ferner räumen auch einzelne Verträge mit Verbreitungsplattformen dem Vertragspartner im Falle eines Kontrollwechsels das Recht ein, die betreffenden Verträge zu kündigen. Die diesen Sachverhalten zugrundeliegenden Vertragsverhältnisse haben ein Volumen von insgesamt ca. 1,1 Mrd Euro.

- Es besteht eine Rahmenvereinbarung zwischen der ProSiebenSat.1 Media SE und u.a. RTL Deutschland sowie deren indirekter Konzerntochtergesellschaft Ad Alliance GmbH („Ad Alliance“) im Hinblick auf die Beteiligung an der d-force GmbH („d-force“). Die Ad Alliance ist zur außerordentlichen Kündigung der Rahmenvereinbarung berechtigt, wenn ein Dritter direkt oder indirekt mehr als 50 Prozent der Aktien und/oder der Stimmrechte an der ProSiebenSat.1 Media SE hält. Mit Wirksamwerden der Kündigung scheidet die Ad Alliance schnellstmöglich als Gesellschafterin der d-force aus.

- Darüber hinaus gelten für die ProSiebenSat.1 Media SE insbesondere die Regelungen des Medienkonzentrationsrecht sowie der relevanten Mediengesetzgebung der Länder, wie im Abschnitt „Beschränkungen, die Stimmrechte oder die Übertragbarkeit von Aktien betreffen, und Beteiligungen am Kapital, die 10 Prozent der Stimmrechte überschreiten“ dargestellt, aus denen sich Vorgaben für den Fall eines Kontrollwechsels ergeben können.

ENTSCHÄDIGUNGSVEREINBARUNGEN DER GESELLSCHAFT, DIE FÜR DEN FALL EINES KONTROLLWECHSELS MIT DEN MITGLIEDERN DES VORSTANDS ODER ARBEITNEHMER:INNEN GETROFFEN SIND

Die Vorstandsdienstverträge sehen grundsätzlich eine „Change-of-Control-Klausel“ für den Fall eines Kontrollwechsels bei der Gesellschaft vor. Im Geschäftsjahr 2021 hatten die Vorstandsmitglieder im Falle eines Kontrollwechsels das Recht, den Vorstandsvertrag mit einer Frist von drei Monaten zum Monatsende zu kündigen und das Vorstandsamt niederzulegen, sofern es im Zusammenhang mit dem Kontrollwechsel zu einer erheblichen Beeinträchtigung der Stellung des Vorstandsmitglieds gekommen wäre. Dieses Recht bestand unter den im Geschäftsjahr 2021 gültigen Vorstandsdienstverträgen bis einschließlich zum 30. September 2021 und ist im Geschäftsjahr 2021 nicht zur Anwendung gekommen. Bei wirksamer Ausübung dieses Kündigungsrechts hätte das Vorstandsmitglied eine Barabfindung erhalten, die in voller Höhe auf eine etwaige Karenzentschädigung anzurechnen gewesen wäre. Die Barabfindung hätte drei – bei Wolfgang Link und Christine Scheffler jeweils zwei – Jahresvergütungen, höchstens jedoch der Vergütung für die Restlaufzeit des Dienstvertrages abgezinst auf den Beendigungszeitpunkt entsprochen. Für Zwecke der Barabfindung ist als Jahresvergütung grundsätzlich die dem Vorstandsmitglied für das letzte abgeschlossene Geschäftsjahr vertraglich zustehende Summe aus der festen Vergütung, dem Performance Bonus, den mehrjährigen Vergütungsbestandteilen und der Zuführung zur Altersversorgung anzusetzen. Das neue Vorstandsvergütungssystem, welches auf der Hauptversammlung am 1. Juni 2021 mit einer breiten Mehrheit von rund 96 Prozent gebilligt wurde, wird bei Neuabschlüssen sowie Vertragsverlängerungen mit Wirksamkeit im Geschäftsjahr 2022 zur Anwendung kommen. Die Change-of-Control-Klausel wurde dahingehend angepasst, dass das Vorstandsmitglied im Falle der Ausübung des Sonderkündigungsrechts im Zuge eines Kontrollwechsels zukünftig keinen Anspruch mehr auf Zahlung einer Abfindung hat.

Im Übrigen bestanden bis zum 31. Dezember 2021 mit Arbeitnehmer:innen der ProSiebenSat.1 Media SE nur vereinzelt „Change-of-Control-Klauseln“, die aber zum 1. Januar 2022 entfallen.

BILANZ ZUM 31. DEZEMBER 2021

in Euro

		31.12.2021		31.12.2020	
	AKTIVA				
A.	**Anlagevermögen**				
I.	**Immaterielle Vermögensgegenstände**				
	1. Entgeltlich erworbene gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte	1.330.961,16		2.158.336,00	
	2. Geleistete Anzahlungen	403.487,34	1.734.448,50	534.198,78	2.692.534,78
II.	**Sachanlagen**				
	1. Bauten auf fremden Grundstücken	43.928.563,00		43.150.891,13	
	2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	3.290.805,48		4.100.785,19	
	3. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	27.672.663,88	74.892.032,36	9.118.931,46	56.370.607,78
III.	**Finanzanlagen**				
	1. Anteile an verbundenen Unternehmen	7.323.679.823,08		7.769.421.682,21	
	2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen	44.596.994,50		113.174.928,44	
	3. Beteiligungen	6.250,00		6.250,00	
	4. Wertpapiere des Anlagevermögens	3.896.180,77		4.142.561,35	
	5. Sonstige Ausleihungen	23.918.313,29	7.396.097.561,64	24.744.424,93	7.911.489.846,93
			7.472.724.042,50		**7.970.552.989,49**
B.	**Umlaufvermögen**				
I.	**Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände**				
	1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	28.781.126,05		37.559.125,12	
	2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	750.253.239,87		456.808.492,68	
	3. Sonstige Vermögensgegenstände	103.724.818,31	882.759.184,23	61.862.769,13	556.230.386,93
II.	**Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten**		297.370.841,15		657.710.861,18
			1.180.130.025,38		**1.213.941.248,11**
C.	**Rechnungsabgrenzungsposten**		**4.794.281,89**		**1.009.199,84**
D.	**Aktiver Unterschiedsbetrag aus der Vermögensverrechnung**		**86.291,00**		**49.511,00**
			8.657.734.640,77		**9.185.552.948,44**

BILANZ ZUM 31. DEZEMBER 2021

in Euro

			31.12.2021		31.12.2020
	PASSIVA				
A.	**Eigenkapital**				
I.	**Gezeichnetes Kapital**	**233.000.000,00**		**233.000.000,00**	
	./. Nennbetrag eigener Anteile	−6.694.738,00		−6.771.747,00	
	Ausgegebenes Kapital		226.305.262,00		226.228.253,00
	Bedingtes Kapital EUR 23.300.000,00				
II.	**Kapitalrücklage**		**1.131.165.817,10**		**1.130.038.373,95**
III.	**Andere Gewinnrücklagen**		**1.152.876.897,49**		**1.152.886.413,49**
IV.	**Bilanzgewinn**		**979.146.954,71**		**573.046.477,74**
			3.489.494.931,30		**3.082.199.518,18**
B.	**Rückstellungen**				
1.	Rückstellung für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen		4.840.469,00		3.827.398,00
2.	Steuerrückstellungen		110.242.082,86		116.765.449,00
3.	Sonstige Rückstellungen		103.280.156,28		142.748.015,29
			218.362.708,14		**263.340.862,29**
C.	**Verbindlichkeiten**				
1.	Anleihen		—		600.000.000,00
2.	Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten				
a.	Darlehensverbindlichkeiten		2.450.000.000,00		2.600.000.000,00
b.	Zins- und Bankverbindlichkeiten		4.817.139,97		4.580.694,02
3.	Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen		863.452,32		1.102.284,00
4.	Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		270.919.298,14		339.867.690,54
5.	Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen		2.190.619.205,76		2.245.753.602,11
6.	Sonstige Verbindlichkeiten		32.584.395,83		48.434.551,39
	--davon aus Steuern EUR 30.368.381,19 (Vorjahr: EUR 33.841.052,60)--				
			4.949.803.492,02		**5.839.738.822,06**
D.	**Rechnungsabgrenzungsposten**		**73.509,31**		**273.745,91**
			8.657.734.640,77		**9.185.552.948,44**

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG FÜR DIE ZEIT VOM 1. JANUAR BIS 31. DEZEMBER 2021

in Euro

				2021		2020
1.		Umsatzerlöse		114.139.522,96		119.487.218,26
2.		Sonstige betriebliche Erträge		73.135.335,28		110.477.619,71
		davon aus der Währungsumrechnung EUR 36.354.339,82 (Vorjahr: EUR 66.101.419,89)				
3.		Programm- und Materialaufwand				
	a.	Aufwendungen für Lizenzen, Sendegebühren und Materialien	31.625.995,54		35.880.358,34	
	b.	Aufwendungen für bezogene Leistungen	17.920.590,67	49.546.586,21	16.006.019,84	51.886.378,18
4.		Personalaufwand				
	a.	Löhne und Gehälter	48.402.147,22		52.120.024,20	
	b.	Soziale Abgaben	7.371.055,65	55.773.202,87	7.636.136,32	59.756.160,52
		davon für Altersversorgung EUR 2.068.857,00 (Vorjahr: EUR 2.398.623,66)				
5.		Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		8.610.619,36		12.460.062,68
6.		Sonstige betriebliche Aufwendungen		101.251.137,08		146.806.508,21
		davon aus der Währungsumrechnung EUR 37.394.392,10 (Vorjahr: EUR 79.413.625,61)				
7.		Erträge aus Gewinnabführungen		611.357.283,63		290.973.391,09
8.		Erträge aus Beteiligungen		147.314.665,93		0,00
		davon aus verbundenen Unternehmen EUR 147.314.665,93 (Vorjahr: EUR 0,00)				
9.		Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		18.560.697,67		8.199.994,76
		davon aus verbundenen Unternehmen EUR 4.385.616,34 (Vorjahr: EUR 5.848.332,01)				
10.		Abschreibungen auf Finanzanlagen		2.179.161,57		20.333,35
11.		Aufwendungen aus Verlustübernahme		11.629.267,02		19.922.910,82
12.		Zinsen und ähnliche Aufwendungen		51.226.088,06		69.247.529,81
		davon an verbundene Unternehmen EUR 971.682,54 (Vorjahr: EUR 280.630,09)				
		davon aus Aufzinsung EUR 738.782,93 (Vorjahr: EUR 1.022.940,73)				
13.		Steuern vom Einkommen und vom Ertrag		167.266.847,23		50.346.214,36
14.		Ergebnis nach Steuern		517.024.596,07		118.692.125,89
15.		Sonstige Steuern		72.275,13		78.857,00
16.		**Jahresüberschuss**		**516.952.320,94**		**118.613.268,89**
17.		Gewinnvortrag aus dem Vorjahr		462.194.633,77		454.433.208,85
18.		**Bilanzgewinn**		**979.146.954,71**		**573.046.477,74**

ANHANG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2021

ALLGEMEINE ANGABEN

Die ProSiebenSat.1 Media SE ist eine börsennotierte Aktiengesellschaft nach europäischem Recht und als Konzernobergesellschaft der ProSiebenSat.1 Gruppe unter der Firma ProSiebenSat.1 Media SE beim Amtsgericht München, Deutschland, (HRB 219 439) eingetragen. Die Namens-Stammaktie ist in Deutschland an der Wertpapierbörse in Frankfurt am Main und an der Wertpapierbörse in Luxemburg (Bourse de Luxembourg) notiert. Sitz der Gesellschaft ist Unterföhring. Die Anschrift lautet: ProSiebenSat.1 Media SE, Medienallee 7, 85774 Unterföhring, Deutschland.

GRUNDLAGEN UND METHODEN

Der Jahresabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE wurde nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuches (HGB) und des Aktiengesetzes (AktG) in Verbindung mit Art. 61 der Verordnung (EG) Nr. 2157/2001 (SE-VO) aufgestellt.

Für die Gewinn- und Verlustrechnung wird das Gesamtkostenverfahren gemäß § 275 Abs. 2 HGB angewendet.

Die ProSiebenSat.1 Media SE erstellt und veröffentlicht ihren Jahresabschluss in Euro. Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass sich einzelne Zahlen in diesem Jahresabschluss nicht genau zur angegebenen Summe addieren lassen und dass dargestellte Prozentangaben nicht genau die absoluten Zahlen widerspiegeln, auf die sie sich beziehen.

BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSGRUNDSÄTZE

Für die Aufstellung des Jahresabschlusses waren im Wesentlichen die nachfolgenden Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden unverändert maßgebend.

Entgeltlich erworbene immaterielle Vermögensgegenstände werden zu Anschaffungskosten aktiviert und linear über die betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer und maximal bis zu zehn Jahre abgeschrieben. Außerplanmäßige Abschreibungen werden vorgenommen, soweit mit einer voraussichtlich dauernden Wertminderung gerechnet wird. Selbst geschaffene immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens werden nicht angesetzt.

Sachanlagen werden zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten aktiviert und linear über die betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer und maximal bis zu 30 Jahren abgeschrieben. Außerplanmäßige Abschreibungen werden vorgenommen, soweit mit einer voraussichtlich dauernden Wertminderung gerechnet wird. Vermögensgegenstände mit Anschaffungskosten bis 250 Euro werden im Jahr der Anschaffung in voller Höhe als Aufwand berücksichtigt. Für Vermögensgegenstände mit Anschaffungskosten zwischen 250 Euro und 1.000 Euro wird das steuerliche Sammelpostenverfahren aus Vereinfachungsgründen auch in der Handelsbilanz angewendet. Der Sammelposten wird linear über fünf Jahre abgeschrieben.

Bauten auf fremden Grundstücken werden nach der jeweiligen betriebsgewöhnlichen Nutzungsdauer oder der kürzeren Laufzeit der Mietverhältnisse abgeschrieben. Andere Anlagen und Betriebs- und Geschäftsausstattung werden abhängig vom Anlagegegenstand über drei bis maximal 20 Jahre abgeschrieben.

Finanzanlagen werden zu Anschaffungskosten bzw. bei Wertminderungen zu niedrigeren beizulegenden Zeitwerten bilanziert. Zuschreibungen aufgrund des Wertaufholungsgebots werden maximal bis zu den Anschaffungskosten vorgenommen, wenn die Gründe für eine Wertminderung entfallen sind.

Die Bilanzierung der Anteile an verbundenen Unternehmen erfolgt grundsätzlich zu Anschaffungskosten bzw. bei Wertminderung zum niedrigeren beizulegenden Zeitwert. Die Überprüfung, ob ggf. eine Wertminderung der Anteile an verbundenen Unternehmen eingetreten ist, beurteilt die ProSiebenSat.1 Media SE im Wesentlichen anhand vereinfachter Unternehmensbewertungen sowie beizulegender Zeitwerte und plausibilisiert diese anhand impliziter Multiples. Die beizulegenden Zeitwerte werden dabei mit Hilfe des Discounted Cash Flow Verfahren ermittelt. Es werden Bewertungen nach dem IDW RS HFA 10 „Anwendung der Grundsätze des IDW S 1 bei der Bewertung von Beteiligungen und sonstigen Unternehmensanteilen für die Zwecke eines handelsrechtlichen Jahresabschlusses" durchgeführt. Hierbei beruhen die Zahlungsströme auf beteiligungsindividuellen Planungen in der Regel über einen Zeitraum von fünf Jahren, die mit beteiligungsindividuellen Wachstumsraten fortgeschrieben werden. Der hierbei verwendete Kapitalisierungszinssatz wird durch die Rendite einer risikoadäquaten Alternativanlage ermittelt.

Des Weiteren werden die in der Vergangenheit wertberichtigten Anteile an verbundenen Unternehmen jährlich dahingehend überprüft, ob die Gründe für die außerplanmäßige Abschreibung entfallen sind. Auch für diese Anteile wird der beizulegende Zeitwert der entsprechenden Finanzanlage auf Basis des IDW RS HFA 10 berechnet.

Forderungen und Sonstige Vermögensgegenstände werden zum Nennbetrag beziehungsweise zu Anschaffungskosten oder zum niedrigeren beizulegenden Zeitwert am Abschlussstichtag angesetzt. Bei der Bewertung der Forderungen und Sonstigen Vermögensgegenständen ist den erkennbaren Risiken durch Wertberichtigungen angemessen Rechnung getragen worden.

Guthaben bei Kreditinstituten werden zu Nominalwerten ausgewiesen. Kurzfristige Fremdwährungsguthaben und -verbindlichkeiten sind mit Stichtagskursen umgerechnet.

Eigene Anteile werden gemäß § 272 Abs. 1a HGB vom Eigenkapital abgesetzt. Übersteigen die Anschaffungskosten für eigene Anteile den Nennbetrag der Anteile wird der übersteigende Betrag mit den Gewinnrücklagen verrechnet.

Die Ausgabe von eigenen Anteilen im Rahmen des Mitarbeiteraktienprogramms „myshares" wird in Höhe des den Nennwert der Aktien übersteigenden Ausgabebetrags in der Kapitalrücklage erfasst. Darüber hinaus wird der Personalaufwand des Mitarbeiteraktienprogramms, der aus sogenannten „Matching-Aktien" resultiert, ebenfalls in der Kapitalrücklage abgebildet.

Für Vermögensgegenstände, die ausschließlich der Erfüllung von Pensionsverpflichtungen dienen und zum Abschlussstichtag dem Zugriff aller übrigen Gläubiger entzogen sind, erfolgt die Bewertung zum beizulegenden Zeitwert, der dem Markt- bzw. Börsenpreis entspricht. Diese Vermögensgegenstände werden mit der jeweils zugrundeliegenden Verpflichtung verrechnet. Ergibt sich ein Verpflichtungsüberhang, wird dieser als Rückstellung erfasst. Übersteigt der Wert der Vermögensgegenstände die Verpflichtungen, erfolgt der Ausweis als Aktiver Unterschiedsbetrag aus der Vermögensverrechnung.

Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen werden in Höhe des nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendigen Erfüllungsbetrages angesetzt. Dieser Erfüllungsbetrag wird auf der Grundlage von versicherungsmathematischen Methoden nach dem Anwartschaftsbarwertverfahren (Projected Unit Credit Method) ermittelt. Die Berechnung beruht auf den biometrischen Rechnungsgrundlagen gemäß den Richttafeln 2018 G von Prof. Dr. Klaus Heubeck und einem durchschnittlichen Marktzins der vergangenen zehn Geschäftsjahre für eine Restlaufzeit von 15 Jahren in Höhe von 1,87 Prozent (Vorjahr: 2,30 %) sowie einem Rententrend von

jährlich 0,0 Prozent bis 1,0 Prozent (Vorjahr: 0,0 % bis 1,0 %). Die Parameter Fluktuation und Gehaltssteigerung sind in beiden Jahren mit 0,0 Prozent in die Bewertung eingeflossen. Der im Pensionsaufwand enthaltene Zinsanteil wird nach Saldierung mit Zinserträgen aus dem Deckungsvermögen in den Zinsen und ähnlichen Aufwendungen ausgewiesen.

Steuerrückstellungen und Sonstige Rückstellungen werden in Höhe des voraussichtlichen Erfüllungsbetrages gebildet, der nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendig ist. Die Sonstigen Rückstellungen berücksichtigen alle ungewissen Verbindlichkeiten und drohende Verluste aus schwebenden Geschäften. Dabei werden auch Preis- und Kostensteigerungen einbezogen. Rückstellungen mit einer Restlaufzeit von über einem Jahr werden mit dem laufzeitadäquaten durchschnittlichen Marktzins der vergangenen sieben Jahre, der von der Deutschen Bundesbank ermittelt und bekannt gegeben wird, abgezinst.

Verbindlichkeiten werden mit ihren Erfüllungsbeträgen am Bilanzstichtag angesetzt.

Bestehen zwischen den handelsrechtlichen und steuerlichen Wertansätzen von Vermögensgegenständen, Schuldposten und Rechnungsabgrenzungsposten Differenzen, die sich in künftigen Geschäftsjahren voraussichtlich umkehren, so wird unter Berücksichtigung von werthaltigen vorhandenen Verlust- und Zinsvorträgen ein sich nach Verrechnung insgesamt ergebender Überhang an passiven latenten Steuern in der Bilanz angesetzt. Aktive latente Steuern werden, soweit sie den am Abschlussstichtag vorhandenen passiven latenten Steuern entsprechen, saldiert. Das Aktivierungswahlrecht für aktive latente Steuern wird – soweit diese die passiven latenten Steuern übersteigen – nicht ausgeübt.

Eine Berücksichtigung von Verlust- und Zinsvorträgen sowie von Steuergutschriften erfolgt in dem Umfang, in welchem innerhalb der nächsten fünf Jahre eine Verrechnung bzw. Nutzung erwartet wird. Temporäre Differenzen zwischen den handelsrechtlichen und steuerlichen Wertansätzen von Vermögensgegenständen, Schuldposten und Rechnungsabgrenzungsposten von Organgesellschaften werden insoweit einbezogen, als von künftigen Steuerbelastungen und Steuerentlastungen aus dem Abbau der betreffenden temporären Unterschiedsbeträge beim ertragsteuerlichen Organträger, der ProSiebenSat.1 Media SE, ausgegangen wird.

Die Bewertung von latenten Steuern erfolgt auf der Grundlage des geltenden Körperschaftsteuersatzes sowie entsprechend den gewerbesteuerlichen Hebesätzen des ertragsteuerlichen Organkreises der ProSiebenSat.1 Media SE. Unter Berücksichtigung von Körperschaftsteuer, Solidaritätszuschlag sowie Gewerbeertragsteuer ergab sich im abgelaufenen Geschäftsjahr ein Steuersatz für latente Steuern in Höhe von 28 %.

Fremdwährungsforderungen und Fremdwährungsverbindlichkeiten mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr werden mit dem Stichtagskurs am Abschlussstichtag bewertet. Fremdwährungsforderungen mit einer Restlaufzeit von über einem Jahr werden mit dem Stichtagskurs am Buchungstag oder dem niedrigeren Kurs am Abschlussstichtag, Fremdwährungsverbindlichkeiten mit einer Restlaufzeit von über einem Jahr mit dem Stichtagskurs am Buchungstag oder dem höheren Kurs am Abschlussstichtag umgerechnet.

Die ProSiebenSat.1 Media SE setzt zur Absicherung gegen Zinsänderungs- und Währungsrisiken aus dem operativen Geschäft bzw. den daraus resultierenden Finanzierungserfordernissen derivative Finanzinstrumente ein. Sofern ein unmittelbarer Sicherungszusammenhang besteht, werden die derivativen Finanzinstrumente als Bewertungseinheit gemäß § 254 HGB unter Verwendung der Einfrierungsmethode mit dem entsprechenden Grundgeschäft zusammengefasst. Besteht kein ausreichender Sicherungszusammenhang, erfolgt die Bewertung der Sicherungsgeschäfte imparitätisch, das heißt, für negative Marktwerte werden Rückstellungen gebildet, positive Marktwerte werden nicht angesetzt.

ERLÄUTERUNGEN ZUR BILANZ

Anlagevermögen

Die Entwicklung des Anlagevermögens ist aus dem am Ende des Anhangs beigefügten Anlagespiegel ersichtlich.

Finanzanlagen

Eine Aufstellung des Anteilsbesitzes der ProSiebenSat.1 Media SE ist am Ende des Anhangs beigefügt.

Im Geschäftsjahr 2021 verringerten sich die Anteile an verbundenen Unternehmen um 446 Mio Euro auf 7.324 Mio Euro. Dieser Rückgang ist insbesondere auf eine Auflösung der Kapitalrücklage mit nachfolgender Ausschüttung in Höhe von 485 Mio Euro bei der Tochtergesellschaft P7S1 SBS Holding GmbH, Unterföhring, zurückzuführen.

Im Geschäftsjahr 2021 wurden außerplanmäßige Abschreibungen auf Finanzanlagen in Höhe von 2 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) sowie Zuschreibungen aufgrund von Wertaufholungen in Höhe von 0 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro) vorgenommen.

Die Ausleihungen an verbundene Unternehmen in Höhe von 45 Mio Euro (Vorjahr: 113 Mio Euro) betreffen konzerninterne Darlehen, deren Rückzahlung nicht innerhalb eines Jahres erwartet wird.

Als sonstige Ausleihungen in Höhe von 24 Mio Euro (Vorjahr: 25 Mio Euro) werden im Wesentlichen Darlehen an den Vermieter einer Immobilie am Standort Unterföhring ausgewiesen.

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

FORDERUNGEN UND SONSTIGE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE

in Mio Euro

	31.12.2021			31.12.2020		
	Restlaufzeit		**Gesamt**	Restlaufzeit		**Gesamt**
	bis 1 Jahr	über 1 Jahr		bis 1 Jahr	über 1 Jahr	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	28	1	**29**	34	3	**38**
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	750	—	**750**	457	—	**457**
Sonstige Vermögensgegenstände	104	—	**104**	62	—	**62**
Summe	**882**	**1**	**883**	**553**	**3**	**556**

Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen beinhalten Forderungen aus Ergebnisabführungsverträgen (611 Mio Euro; Vorjahr: 291 Mio Euro), aus kurzfristiger Darlehensgewährung (19 Mio Euro; Vorjahr: 7 Mio Euro), aus Cash Pooling (17 Mio Euro; Vorjahr: 12 Mio Euro) sowie aus dem internen Leistungsverkehr (103 Mio Euro; Vorjahr: 147 Mio Euro).

In den sonstigen Vermögensgegenständen sind im Wesentlichen geleistete Anzahlungen auf Lizenzen für Programmvermögen in Höhe von 68 Mio Euro (Vorjahr: 49 Mio Euro) sowie Steuerforderungen in Höhe von 15 Mio Euro (Vorjahr: 3 Mio Euro) enthalten. Da die ProSiebenSat.1 Media SE als Generalübernehmer für den Neubau „Campus“ auftritt, sind in dieser Position darüber hinaus Forderungen gegen den Bauherrn in Höhe von 16 Mio Euro (Vorjahr: 8 Mio Euro) enthalten.

Rechnungsabgrenzungsposten

Der aktive Rechnungsabgrenzungsposten enthält zum 31. Dezember 2021 im Wesentlichen im Voraus bezahlte Mieten für Transponder sowie Effekte aus dem Mitarbeiteraktienprogramm „myshares".

Latente Steuern

Der nachfolgenden Übersicht ist zu entnehmen, auf welche Bilanzposten im ertragsteuerlichen Organkreis der ProSiebenSat.1 Media SE latente Steuerforderungen bzw. latente Steuerverbindlichkeiten entfallen:

ENTWICKLUNG DER LATENTEN STEUERN
in Mio Euro

	31.12.2021		31.12.2020	
	Aktive latente Steuern	**Passive latente Steuern**	Aktive latente Steuern	Passive latente Steuern
Immaterielle Vermögensgegenstände	0	—	0	—
Sachanlagen	1	—	1	—
Finanzanlagen	3	−35	5	−31
Programmvermögen	27	—	12	—
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	1	0	2	0
Aktiver Unterschiedsbetrag aus der Vermögensverrechnung	—	0	—	0
Rückstellungen	7	−4	15	−4
Verbindlichkeiten	0	0	0	0
Summe	**40**	**−40**	**36**	**−36**
Saldierung	−40	40	−36	36
Ausweis in Bilanz	**0**	**0**	**0**	**0**

Die latenten Steueransprüche und Steuerschulden werden mit einem kombinierten Steuersatz aus Körperschaftsteuer, Solidaritätszuschlag und Gewerbesteuer in Höhe von 28 % ermittelt, der sich als gewichteter Durchschnitt der Steuersätze der Organgesellschaften ergibt. Temporäre Differenzen auf Finanzanlagen werden mit einem Effektivsteuersatz von 1,4 % bewertet.

Eigenkapital

GEZEICHNETES KAPITAL

Das gezeichnete Kapital der ProSiebenSat.1 Media SE beträgt zum 31. Dezember 2021 233.000.000 Euro (Vorjahr: 233.000.000 Euro) mit einem auf die einzelne Aktie entfallenden anteiligen Betrag des Grundkapitals von 1,00 Euro. Zum 31. Dezember 2021 betrug die Zahl der ausgegebenen Stammaktien somit 233.000.000 (Vorjahr: 233.000.000), von denen die Gesellschaft 6.694.738 (Vorjahr: 6.771.747) Stammaktien im Eigenbestand hält.

EIGENKAPITALENTWICKLUNG IM GESCHÄFTSJAHR 2021

in Mio Euro

	Gezeichnetes Kapital 1	Kapital-rücklage	Gewinn-rücklage	Bilanz-gewinn	Summe Eigenkapital
31. Dezember 2020	**226**	**1.130**	**1.153**	**573**	**3.082**
Gezahlte Dividenden	—	—	—	−111	**−111**
Jahresüberschuss	—	—	—	517	**517**
Effekte aus Mitarbeiteraktienprogramm	0	1	0	—	**1**
31. Dezember 2021	**226**	**1.131**	**1.153**	**979**	**3.489**

1 verringert um eigene Anteile

GENEHMIGTES KAPITAL

Aufgrund eines Beschlusses der Hauptversammlung vom 1. Juni 2021 wurde ein neues genehmigtes Kapital geschaffen (Genehmigtes Kapital 2021). Dem Beschluss zufolge ist der Vorstand bis einschließlich 31. Mai 2026 ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital um insgesamt bis zu 46.600.000 Euro durch ein- oder mehrmalige Ausgabe neuer auf den Namen lautender Stückaktien gegen Bar- und/oder Sacheinlagen zu erhöhen und dabei das Bezugsrecht der Aktionäre unter bestimmten Bedingungen auszuschließen.

Zudem hat die Hauptversammlung die Aufhebung des bis dahin bestehenden genehmigten Kapitals (Genehmigtes Kapital 2016) beschlossen.

BEDINGTES KAPITAL

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 1. Juni 2021 wurde der Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 31. Mai 2026 auf den Inhaber und/oder auf den Namen lautende Wandel und/oder Optionsschuldverschreibungen im Gesamtnennbetrag von bis zu 800 Mio Euro gegen Bar- und/oder Sachleistung zu begeben und den Inhabern bzw. Gläubigern dieser Schuldverschreibungen Wandlungs- oder Optionsrechte zum Bezug von insgesamt bis zu 23.300.000 neuen auf den Namen lautenden Stückaktien mit einem anteiligen Betrag des Grundkapitals von insgesamt bis zu 23.300.000 Euro zu gewähren und/oder für die ProSieben Sat.1 Media SE als Emittentin entsprechende Wandlungsrechte vorzusehen (Ermächtigung 2021). Das Grundkapital wurde hierzu um insgesamt bis zu 23.300.000 Euro durch Ausgabe von insgesamt bis zu 23.300.000 neuen auf den Namen lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2021). Der Vorstand ist ermächtigt, das gesetzliche Bezugsrecht der Aktionäre unter bestimmten Bedingungen auszuschließen.

Zudem hat die Hauptversammlung die Aufhebung der bis dahin bestehenden Ermächtigung des Vorstands zur Ausgabe von Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen (Ermächtigung 2016) und des zugehörigen bedingten Kapitals (Bedingtes Kapital 2016) beschlossen.

EIGENE ANTEILE

Die Hauptversammlung vom 12. Juni 2019 hat die Gesellschaft gemäß § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG ermächtigt, bis zum 11. Juni 2024 (einschließlich) eigene Aktien der Gesellschaft in einem Umfang von bis zu 10 Prozent des zum Zeitpunkt der Erteilung der Ermächtigung oder – falls dieser Wert geringer ist – des zum Zeitpunkt der Ausübung der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals der Gesellschaft zu erwerben und diese, in den in der Ermächtigung näher bezeichneten Fällen auch unter Ausschluss des Bezugsrechts, zu verwenden. Der Erwerb eigener Aktien kann dabei im Umfang von insgesamt bis zu 5 Prozent des im Zeitpunkt der Erteilung der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals nach näherer Maßgabe der Bestimmungen der Ermächtigung auch unter Einsatz von Derivaten erfolgen. Auf die aufgrund dieser Ermächtigung erworbenen Aktien dürfen zusammen mit anderen eigenen Aktien, die sich im Besitz der Gesellschaft befinden oder

ihr nach den §§ 71a ff. AktG zuzurechnen sind, zu keinem Zeitpunkt mehr als 10 Prozent des jeweils bestehenden Grundkapitals entfallen.

Die Ermächtigung vom 12. Juni 2019 sieht vor, dass der Vorstand mit Zustimmung des Aufsichtsrats sie zu jedem gesetzlich zulässigen Zweck ausüben kann.

In den Geschäftsjahren 2021 und 2020 wurden keine eigenen Aktien erworben.

Im Geschäftsjahr 2021 wurden im Rahmen des Mitarbeiteraktienprogramms „myshares" für das Programm 2021 67.493 eigene Anteile zu einem Kurs von 14,46 Euro an die Teilnehmer:innen abgegeben. Für die Ausgabe von sogenannten Matching-Aktien des myshares Programms 2018 wurden nach Ablauf der dreijährigen Haltefrist 9.516 Gratis-Aktien an die Teilnehmer:innen im Geschäftsjahr 2021 ausgegeben.

Insgesamt hält die ProSiebenSat.1 Media SE zum 31. Dezember 2021 6.694.738 (Vorjahr: 6.771.747) eigene Aktien. Dies entspricht einem Anteil in Höhe von 2,9 Prozent (Vorjahr: 2,9 %) des Grundkapitals.

KAPITALRÜCKLAGE

Die Kapitalrücklage beträgt 1.131 Mio Euro (Vorjahr: 1.130 Mio Euro). Die Kapitalrücklage beinhaltet das Agio aus der Ausgabe von Aktien im Geschäftsjahr 1997 und der Kapitalerhöhungen in 2004 und 2016 sowie die kumulierten Ergebniseffekte, die im Zusammenhang mit der Gewährung von Aktienoptionen der ehemaligen Long Term Incentive Pläne (LTIPs) sowie der Aktienzusagen und Mitarbeiter-Aktienprogrammen entstanden sind und die Effekte aus der Ausübung der Aktienoptionen. Der Anstieg im abgelaufenen Geschäftsjahr resultiert aus der Erfassung der Effekte des Mitarbeiteraktienprogramms.

GEWINNRÜCKLAGE

Die anderen Gewinnrücklagen enthalten Zuführungen in Höhe von 800 Mio Euro des Geschäftsjahres 2017 und in Höhe von 200 Mio Euro jeweils aus dem Geschäftsjahren 2018 und 2019. Die den Nennbetrag der eigenen Anteile übersteigenden Anschaffungskosten in Höhe von 47 Mio Euro wurden im Rahmen des Aktienrückkaufprogramms im Geschäftsjahr 2018 mit den Gewinnrücklagen verrechnet.

Zum 31. Dezember 2021 unterlagen Gewinnrücklagen in Höhe von 1 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro) einer Ausschüttungssperre. Diese resultierte in Höhe von 0 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) aus der Zeitwertbilanzierung des Deckungsvermögens und in Höhe von 2 Mio Euro (Vorjahr: 2 Mio Euro) aus der Bewertung des Erfüllungsbetrags der Pensionsverpflichtungen. Daneben führten diesbezüglich berücksichtige latente Steuern zu einem rechnerischen Überhang aktiver latenter Steuern, der in Höhe von 1 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro) in die Ausschüttungssperre einging.

BILANZGEWINN

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde aufgrund des Beschlusses der ordentlichen Hauptversammlung, die am 1. Juni 2021 virtuell durchgeführt wurde, aus dem Bilanzgewinn der ProSiebenSat.1 Media SE des Geschäftsjahres 2020 in Höhe von 573 Mio Euro eine Ausschüttung in Höhe von 111 Mio Euro vorgenommen. Dies entsprach einer Ausschüttung einer Dividende in Höhe von 0,49 Euro je dividendenberechtigter Aktie.

Nach dem Aktiengesetz bemisst sich die an die Aktionär:innen ausschüttbare Dividende nach dem im handelsrechtlichen Jahresabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE ausgewiesenen Bilanzgewinn. Es ist vorgesehen, den Bilanzgewinn der ProSiebenSat.1 Media SE des Geschäftsjahres 2021 in Höhe von 979 Mio Euro wie folgt zu verwenden:

GEWINNVERWENDUNGSVORSCHLAG
in Euro

Bilanzgewinn zum 31. Dezember 2020	573.046.477,74
Dividendenausschüttung in 2021	−110.851.843,97
Jahresüberschuss Geschäftsjahr 2021	516.952.320,94
Bilanzgewinn zum 31. Dezember 2021	**979.146.954,71**
Ausschüttung einer Dividende in Höhe von 0,80 Euro je auf den Namen lautende Stammaktie	−181.044.209,60
Einstellung in die Gewinnrücklage	−400.000.000,00
Vortrag auf neue Rechnung	398.102.745,11

Rückstellungen

RÜCKSTELLUNGEN
in Mio Euro

	31.12.2021	31.12.2020
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	**5**	**4**
Steuerrückstellungen	**110**	**116**
Sonstige Rückstellungen		
Drohverlustrückstellungen	24	65
Personalrückstellungen	23	19
Rückstellungen für ausstehende Eingangsrechnungen	17	14
Übrige sonstige Rückstellungen	39	45
Zwischensumme Sonstige Rückstellungen	**103**	**143**
Summe	**218**	**263**

PENSIONSRÜCKSTELLUNGEN

Die Pensionsrückstellungen wurden für Verpflichtungen aus Anwartschaften von aktiven und ehemaligen Mitgliedern des Vorstands der ProSiebenSat.1 Media SE sowie deren Hinterbliebenen gebildet.

BILANZAUSWEIS DER PENSIONSRÜCKSTELLUNGEN
in Mio Euro

	31.12.2021	31.12.2020
Pensionsverpflichtungen zum Erfüllungsbetrag	29	27
Deckungsvermögen zum beizulegenden Zeitwert	24	23
- davon verpflichtungsbezogene Überdeckung	0	0
Bilanzausweis Pensionsrückstellungen	**5**	**4**

Die Anschaffungskosten des Deckungsvermögens betrugen 25 Mio Euro (Vorjahr: 24 Mio Euro). Im Rahmen der Erfassung von Aufwendungen und Erträgen aus der Abzinsung der Verpflichtungen sowie den Aufwendungen und Erträgen aus dem Deckungsvermögen wurde Zinsaufwand in Höhe von 1 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro) und Aufwand aus Abschreibung des Deckungsvermögens in Höhe von 0 Mio Euro (Vorjahr: Ertrag aus Zuschreibung in Höhe von 0 Mio Euro) in den Abschreibungen auf Finanzanlagen (Vorjahr: sonstigen betrieblichen Ertrag) ausgewiesen.

Unter Anwendung des für den Abschlussstichtag prognostizierten durchschnittlichen Marktzinssatzes der vergangenen sieben Geschäftsjahre von 1,35 Prozent würde sich im Geschäftsjahr 2021 ein Erfüllungsbetrag in Höhe von 31 Mio Euro (inklusive des im aktiven Un-

terschiedsbetrag aus Vermögensverrechnung enthaltenen Erfüllungsbetrags) ergeben. Der Unterschiedsbetrag im Sinne des § 253 Abs. 6 Satz 1 HGB beträgt im Geschäftsjahr 2 Mio Euro, der unter Berücksichtigung von latenten Steuern der Ausschüttungssperre unterlag.

STEUERRÜCKSTELLUNGEN

Bei den Steuerrückstellungen handelt es sich im Wesentlichen um Rückstellungen für Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer. Auswirkungen der laufenden Betriebsprüfung wurden dabei berücksichtigt.

SONSTIGE RÜCKSTELLUNGEN

Im Rahmen strategischer Maßnahmen wurde im Geschäftsjahr 2018 eine Rückstellung für drohende Verluste im Zusammenhang mit der zukünftigen Abnahme von Programmvermögen in Höhe von 176 Mio EUR gebildet (davon 168 Mio EUR aus der Transaktion mit Joyn GmbH, München). Zum 31. Dezember 2021 hat sich die Rückstellung im Zuge von Inanspruchnahmen auf 24 Mio Euro (Vorjahr: 65 Mio Euro) reduziert.

In den Personalrückstellungen sind insbesondere Rückstellungen für kurzfristige Bonuszahlungen und für mehrjährige variable Anreizsysteme in Höhe von insgesamt 20 Mio Euro (Vorjahr: 15 Mio Euro) enthalten.

Die übrigen sonstigen Rückstellungen enthalten zum 31. Dezember 2021 hauptsächlich Rückstellungen für Steuerzinsen und Umsatzsteuer in Höhe von insgesamt 34 Mio Euro (Vorjahr: 40 Mio Euro).

Verbindlichkeiten

VERBINDLICHKEITEN

in Mio Euro

	31.12.2021				31.12.2020			
	Restlaufzeit				Restlaufzeit			
	bis 1 Jahr	**über 1 Jahr**	**Gesamt**	**davon über 5 Jahre**	bis 1 Jahr	über 1 Jahr	Gesamt	davon über 5 Jahre
Anleihen	—	—	—	—	600	—	600	—
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten								
a) Darlehensverbindlichkeiten	50	2.400	2.450	474	—	2.600	2.600	225
b) Zins- und Bankverbindlichkeiten	5	—	5	—	5	—	5	—
Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	1	—	1	—	1	—	1	—
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	218	53	271	—	267	73	340	—
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	2.190	—	2.190	—	2.246	—	2.246	—
Sonstige Verbindlichkeiten	33	—	33	—	48	—	48	—
Summe	**2.497**	**2.453**	**4.950**	**474**	**3.167**	**2.673**	**5.840**	**225**

Die ProSiebenSat.1 Media SE machte im Dezember 2020 von ihrem vorzeitigen Kündigungsrecht Gebrauch und zahlte eine im April 2014 in Höhe von 600 Mio Euro begebene und im April 2021 fällige Anleihe vorzeitig im Januar 2021 zum Nennwert, unter überwiegender Verwendung von Eigenmitteln sowie einer teilweisen kurzfristigen Inanspruchnahme der revolvierenden Kreditfazilität, zurück.

Zum 31. Dezember 2021 verfügt die ProSiebenSat.1 Media SE über eine unbesicherte syndizierte Konsortialkreditvereinbarung, bestehend aus einem endfälligen Darlehen (Term Loan) mit einem Nominalvolumen von 1.200 Mio Euro sowie einer revolvierenden Kreditfazilität (RCF) mit einem Rahmenvolumen von 750 Mio Euro. Die Konsortialkreditvereinbarung wurde mit einer internationalen Bankengruppe geschlossen. Die überwiegenden Teile der Kreditlinien haben eine Laufzeit bis April 2024. Zum 31. Dezember 2021 war die revolvierende Kreditfazilität nicht in Anspruch genommen. Vorwiegend mit Erlösen aus einer Schuldscheindarlehensemission im Oktober 2021 hat die ProSiebenSat.1 Media SE das Term Loan von ursprünglich 2.100 Mio Euro um 900 Mio Euro auf nun 1.200 Mio Euro vorzeitig zurückgeführt.

Seit 2016 hat der Konzern zudem drei Schuldscheindarlehen mit einer Gesamthöhe von 500 Mio Euro und Laufzeiten von sieben Jahren (225 Mio Euro festverzinslich und 50 Mio Euro variabel verzinslich) und zehn Jahren (225 Mio Euro festverzinslich) in seinem Portfolio. Im Oktober 2021 schloss die ProSiebenSat.1 Media SE neue Schuldscheindarlehen in Höhe von insgesamt 700 Mio Euro mit Laufzeiten von vier, sechs, acht und zehn Jahren ab. Die volumengewichtete durchschnittliche Laufzeit über alle Tranchen beträgt rund 5,9 Jahre. Die gesamten Erlöse wurden im Oktober 2021 zur vorzeitigen Rückzahlung des Term Loans unter der Konsortialvereinbarung verwendet.

Die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen enthalten Verbindlichkeiten aus dem Cash Pooling (2.109 Mio Euro; Vorjahr: 2.156 Mio Euro), Verbindlichkeiten aus dem internen Leistungsverkehr (21 Mio Euro; Vorjahr: 23 Mio Euro), Verbindlichkeiten aus Ergebnis-übernahmeverpflichtungen (12 Mio Euro; Vorjahr: 20 Mio Euro) sowie Verbindlichkeiten aus kurzfristigen Darlehen (48 Mio Euro; Vorjahr: 47 Mio Euro).

ERLÄUTERUNGEN ZUR GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Umsatzerlöse

Die Umsatzerlöse (114 Mio Euro; Vorjahr: 119 Mio Euro) beinhalten im Wesentlichen Erlöse aus dem Verkauf von Programmvermögen und -nebenrechten sowie aus der Erbringung von Dienstleistungen im Rahmen der Tätigkeit als Holding-Gesellschaft.

Erlöse aus dem Verkauf von Programmvermögen und Programmnebenrechten fielen in Höhe von 25 Mio Euro (Vorjahr: 32 Mio Euro) an, der überwiegende Teil davon im Ausland.

Erlöse aus Dienstleistungen aufgrund der Holdingfunktion betreffen fast ausschließlich Umlagen für Managementgebühren in Höhe von 54 Mio Euro (Vorjahr: 57 Mio Euro) und Erlöse aus Vermietung von Büroflächen und der Weiterbelastung von Nebenkosten in Höhe von 18 Mio Euro (Vorjahr: 19 Mio Euro) an verbundene Unternehmen. Diese Erlöse wurden fast ausschließlich gegenüber inländischen Konzerngesellschaften erzielt.

Sonstige betriebliche Erträge

In den sonstigen betrieblichen Erträgen in Höhe von 73 Mio Euro (Vorjahr: 110 Mio Euro) sind insbesondere Währungskurseffekte sowie Kostenweiterbelastungen an Konzernunternehmen enthalten. Die in den sonstigen betrieblichen Erträgen enthaltenen periodenfremden Erträge in Höhe von 6 Mio Euro (Vorjahr: 9 Mio Euro) betreffen im Wesentlichen die Auflösung von Rückstellungen in Höhe von 5 Mio Euro (Vorjahr: 7 Mio Euro).

Programm- und Materialaufwand

Die Aufwendungen für Lizenzen, Sendegebühren und Materialien beliefen sich im Geschäftsjahr 2021 auf 32 Mio Euro (Vorjahr: 36 Mio Euro). Wesentlicher Bestandteil davon sind Aufwendungen für Übertragungskosten und Satellitenmieten in Höhe von 27 Mio Euro (Vorjahr: 27 Mio Euro), die an Konzernunternehmen weiterbelastet werden. Darüber hinaus beinhalten die Aufwendungen für bezogene Leistungen vor allem Mietaufwendungen, die an die Konzerngesellschaften weiterverrechnet und als Umsatzerlöse ausgewiesen werden.

Personalaufwand

Der Personalaufwand belief sich im Geschäftsjahr 2021 auf 56 Mio Euro (Vorjahr: 60 Mio Euro). Ursächlich für den Rückgang war im Wesentlichen ein deutlicher Rückgang an Abfindungsaufwendungen.

Sonstige betriebliche Aufwendungen

In den sonstigen betrieblichen Aufwendungen in Höhe von 101 Mio Euro (Vorjahr: 147 Mio Euro) sind insbesondere Währungseffekte, Weiterbelastungen von Konzernunternehmen, IT-Kosten sowie Rechts- und Beratungskosten enthalten. Der Rückgang gegenüber dem Vorjahr ist insbesondere auf deutlich geringere Währungseffekte zurückzuführen. Rückläufig entwickelten sich darüber hinaus insbesondere Rechts- und Beratungskosten.

Ergebnis aus Gewinnabführungen und Beteiligungen

Die Erträge aus Gewinnabführungsverträgen in Höhe von 611 Mio Euro (Vorjahr: 291 Mio Euro) enthalten im Geschäftsjahr 2021 nahezu ausschließlich die abgeführten Gewinne der deutschen Senderfamilie in Höhe von 611 Mio Euro (Vorjahr: 276 Mio Euro). Der Anstieg resultierte insbesondere aus der positiven wirtschaftlichen Entwicklung im Geschäftsjahr 2021 sowie deutlich

niedrigeren negativen Bewertungseffekten auf Beteiligungen bei Tochtergesellschaften. Darüber hinaus wurde im Geschäftsjahr eine Dividende in Höhe von 147 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) von einer direkten Tochtergesellschaft ausgeschüttet. Die Aufwendungen aus Verlustübernahmen reduzierten sich im Geschäftsjahr 2021 auf 12 Mio Euro (Vorjahr: 20 Mio Euro).

Zinsen und ähnliche Aufwendungen

In den Zinsen und ähnlichen Aufwendungen sind Zinsen aus der Aufzinsung der Pensionsrückstellungen in Höhe von 1 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro) enthalten.

Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Neben dem von der Gesellschaft selbst erwirtschafteten steuerlichen Ergebnis ist die ProSiebenSat.1 Media SE als Organträgerin Steuerschuldnerin hinsichtlich der ihr über Ergebnisabführungsverträge verbundener Organgesellschaften zuzurechnenden Bemessungsgrundlagen. In den Steuern vom Einkommen und vom Ertrag sind periodenfremde Erträge in Höhe von 4 Mio Euro (Vorjahr: 8 Mio Euro) enthalten.

SONSTIGE ANGABEN

Haftungsverhältnisse

HAFTUNGSVERHÄLTNISSE
in Mio Euro

	31.12.2021	31.12.2020
Haftungsverhältnisse aus Bürgschaften	61	39
(davon für verbundene Unternehmen)	(61)	(39)

Die Haftungsverhältnisse aus Bürgschaften betreffen im Wesentlichen Kreditbürgschaften und Patronatserklärungen für verbundene Unternehmen.

Auf Basis einer kontinuierlichen Risikoeinschätzung der eingegangenen Haftungsverhältnisse und unter Berücksichtigung aller bis zur Aufstellung des Jahresabschlusses gewonnenen Erkenntnisse geht die ProSiebenSat.1 Media SE davon aus, dass die den Haftungsverhältnissen zugrundeliegenden Verpflichtungen von den jeweiligen Hauptschuldnern erfüllt werden können. Daher wird das Risiko einer Inanspruchnahme aus den Haftungsverhältnissen als gering eingeschätzt.

Sonstige finanzielle Verpflichtungen

SONSTIGE FINANZIELLE VERPFLICHTUNGEN
in Mio Euro

	fällig im Folgejahr	fällig im 2. bis 5. Jahr	fällig nach dem 5. Jahr	**Summe 31.12.2021**	Summe 31.12.2020
Programmvermögen	167	733	72	972	1.351
Distribution	25	38	1	64	87
Leasing- und Mietverpflichtungen	22	102	175	299	311
Sonstige Verpflichtungen	34	9	—	43	32
(davon gegenüber verbundenen Unternehmen)	(10)	—	—	(10)	(11)
Summe	**248**	**882**	**248**	**1.378**	**1.781**

Das Einkaufsobligo aus Programmvermögen resultiert aus bis zum 31. Dezember 2021 abgeschlossenen Verträgen für den Erwerb von Film- und Serienlizenzen sowie Auftragsproduktionen.

Unter Distribution werden finanzielle Verpflichtungen aus Satelliten-Dienstleistungen, Verpflichtungen aus Verträgen über terrestrische Nutzung und Kabeleinspeisungsgebühren ausgewiesen.

Die Leasing- und Mietverpflichtungen beinhalten insbesondere Gebäudemietverträge über Büro- und Redaktionsräume am Standort Unterföhring. Die Laufzeit der wesentlichen Verträge erstreckt sich bis 2038. Darüber hinaus werden hier die Verpflichtungen aus der Gewährung von Firmenwagen erfasst.

Unter den Sonstigen Verpflichtungen werden im Wesentlichen Verpflichtungen aus sonstigen Dienstleistungsverträgen, das Bestellobligo und Mitgliedschaften ausgewiesen.

Darüber hinaus bestehen konzerninterne Verpflichtungen aus Finanzierungszusagen gegenüber verbundenen Unternehmen in Höhe von 229 Mio Euro (Vorjahr: 485 Mio Euro), deren Inanspruchnahme hinsichtlich Höhe und Zeitpunkt allerdings nicht vorhersehbar ist.

Außerbilanzielle Geschäfte

Den Regelungen des Handelsgesetzbuches und den Grundsätzen ordnungsmäßiger Buchführung entsprechend gibt es Geschäfte, die nicht in der Bilanz abzubilden sind. Hierunter fallen bei der ProSiebenSat.1 Media SE im Wesentlichen Leasingverträge für Immobilien. Eine wesentliche finanzielle Auswirkung dieser Geschäfte auf die ProSiebenSat.1 Media SE ergibt sich nicht. Wesentliche Risiken und Vorteile dieser Geschäfte auf die Finanzlage der ProSiebenSat.1 Media SE sind nicht erkennbar.

Beschäftigte

ZAHL DER MITARBEITER:INNEN IM JAHRESDURCHSCHNITT

	2021	2020
Angestellte	367	368
Auszubildende, Volontär:innen und Praktikant:innen	53	53
Summe	**420**	421

Die durchschnittliche Zahl der Angestellten im Jahresdurchschnitt verteilt sich im Geschäftsjahr 2021 wie folgt auf die drei Aufgabenbereiche der ProSiebenSat.1 Media SE: Strategische Holding 121 Mitarbeiter:innen (Vorjahr: 128 Mitarbeiter:innen), Center of Excellence 178 Mitarbeiter:innen (Vorjahr: 177 Mitarbeiter:innen) und Shared Service Center 68 Mitarbeiter:innen (Vorjahr: 63 Mitarbeiter:innen).

Honorare des Abschlussprüfers

Die Angaben gem. § 285 Nr. 17 HGB über das von unserem Abschlussprüfer Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft im Geschäftsjahr 2021 berechnete Gesamthonorar sind im Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE zum 31. Dezember 2021 enthalten.

Derivative Finanzinstrumente

Die ProSiebenSat.1 Media SE ist aufgrund ihrer operativen Tätigkeit und ihres Finanzierungsbedarfs verschiedenen finanzwirtschaftlichen Risiken ausgesetzt. Diese Risiken werden im Rahmen des Finanzrisikomanagements vom zentralen Treasury gesteuert. Ziele des Finanzrisikomanagements sind vor allem die Sicherung der jederzeitigen Zahlungsfähigkeit und die risikoadäquate Steuerung der Marktpreisrisiken. Die zur Steuerung der Marktpreisrisiken eingesetzten derivativen Finanzinstrumente dienen ausschließlich der Risikoabsicherung und werden nicht zu Spekulationszwecken verwendet.

Der Marktwert von Zinsswaps wird durch Abzinsung der erwarteten, zukünftigen Zahlungsströme ermittelt. Die Berechnung der Marktwerte der Zinscaps, Zinsfloors und Devisenoptionen basiert auf Grundlage marktüblicher Optionspreismodelle. Die Marktwerte der Devisentermingeschäfte ergeben sich aus am Markt gestellten Devisenterminkursen. Bei der Verwendung anderer Methoden kann es zu Abweichungen kommen.

Die Nominal- und Marktwerte der von der ProSiebenSat.1 Media SE zum 31. Dezember 2021 gehaltenen derivativen Finanzinstrumente sind in der folgenden Übersicht dargestellt:

NOMINAL- UND MARKTWERTE

	Jahr der Fälligkeit			Nominal-betrag	Marktwert
	2022 Mio US-Dollar	2023 - 2026 Mio US-Dollar	ab 2027 Mio US-Dollar	31.12.2021 Mio US-Dollar	31.12.2021 Mio Euro
Währungssicherung					
Devisentermingeschäfte und Devisenswaps	486	455	0	941	59
	Mio Euro	Mio Euro	Mio Euro	Mio Euro	Mio Euro
Zinssicherung					
Zinssicherungsgeschäfte	—	2.000	—	2.000	−5

Zum Abschlussstichtag entspricht die Höhe der mit den Bewertungseinheiten abgesicherten Risiken aus erwarteten nachteiligen oder vorteilhaften Wert- und Zahlungsstromänderungen den beizulegenden Zeitwerten der Sicherungsgeschäfte. Aufgrund von gleichartigen Risiken, werden sich die gegenläufigen Zahlungsströme aus Grund- und Sicherungsgeschäft voraussichtlich vollständig ausgleichen. Der Nachweis der prospektiven und retrospektiven Effektivität wird mithilfe regelmäßig durchgeführter Effektivitätstests erbracht. Aufgrund der Übereinstimmung der bewertungsrelevanten Parameter von Grund- und Sicherungsgeschäft erfolgt die Ermittlung der prospektiven Effektivität anhand der sogenannten "Critical Terms Match"-Methode und die Ermittlung der retrospektiven Effektivität anhand der sogenannten „Dollar-Offset-Methode“. Zum 31. Dezember 2021 wurden aus Sicherungsbeziehungen keine Ineffektivitäten in den Rückstellungen erfasst.

In den folgenden Bilanzposten sind die nach handelsrechtlichen Vorschriften bilanzierungs-pflichtigen derivativen Finanzinstrumente mit den angegebenen Buchwerten erfasst. Die Zinsoptionen werden zu Sicherungszwecken eingesetzt, sind aber nicht Bestandteil einer Be-wertungseinheit nach § 254 HGB.

AUSWEIS DERIVATIVER FINANZINSTRUMENTE
in Mio Euro

	Sonstige Vermögensgegenstände		Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten		Sonstige Verbindlichkeiten	
	31.12.2021	31.12.2020	**31.12.2021**	31.12.2020	**31.12.2021**	31.12.2020
Zinsoptionen	2	0	—	—	2	3
Zinsswaps	—	—	1	1	—	—
Summe	**2**	**—**	**1**	**1**	**2**	**3**

Bewertungseinheiten zur Absicherung des Fremdwährungsrisikos

Die ProSiebenSat.1 Media SE schließt einen wesentlichen Teil ihrer Lizenzverträge mit Pro-duktionsstudios in den USA ab. Die finanziellen Verpflichtungen aus diesem Programmrechte-erwerb erfüllt die ProSiebenSat.1 Media SE in der Regel in US-Dollar. Aus diesem Grund können Wechselkursschwankungen zwischen Euro und US-Dollar die Finanz- und Ertragslage der ProSiebenSat.1 Media SE beeinträchtigen. Das Währungsrisiko aus Forderungen und Ver-bindlichkeiten in anderen Fremdwährungen bzw. für andere Zwecke ist aufgrund seines geringen Volumens vernachlässigbar.

Die ProSiebenSat.1 Media SE verfolgt einen konzernweiten Portfolioansatz. Als Fremdwährungs-Exposure wird dabei das Gesamtvolumen aller zukünftigen US-Dollar-Zahlungen verstanden, die aus bestehenden Lizenzverträgen resultieren und innerhalb eines Zeitraums von sieben Jahren fällig werden. Im Rahmen des Fremdwährungsmanagements setzt die ProSiebenSat.1 Media SE verschiedene derivative und originäre Finanzinstrumente zur Absicherung gegen Währungsschwankungen ein. Hierzu zählen Devisentermingeschäfte, Devisenswaps, Devisenoptionen und Währungsbestände (Devisenkassaposition) in US-Dollar.

Derivative Finanzinstrumente, die die Voraussetzungen für die Bilanzierung einer Sicherungsbeziehung erfüllen, werden im Rahmen von Bewertungseinheiten nach § 254 HGB bilanziert. Das Brutto-Fremdwährungs-Exposure der ProSiebenSat.1 Media SE wird mit den gegenläufigen Devisensicherungsgeschäften zu einer Portfolio-Bewertungseinheit zusammengefasst. Grund- und Sicherungsgeschäft werden für diesen Zweck jeweils mit den zugrundeliegenden Zahlungsströmen bewertet.

Die nachfolgende Tabelle zeigt das Netto-Fremdwährungs-Exposure der Gesellschaft:

WÄHRUNGSRISIKOANALYSE
in Mio US-Dollar

	31.12.2021	31.12.2020
Brutto-Fremdwährungs-Exposure	−1.282	−1.798
Devisensicherungsgeschäfte (in Bewertungseinheiten)	730	1.115
Devisensicherungsgeschäfte (nicht in Bewertungseinheiten)	195	0
Devisenkassaposition	52	327
	977	**1.442**
Netto-Exposure	**−305**	**−356**
Hedge ratio	76 %	80 %

Darüber hinaus hält die Gesellschaft Devisentermingeschäfte in Höhe von 8 Mio US-Dollar (Vorjahr: Devisenswaps in Höhe 25 Mio US-Dollar), die zum Ausgleich der Effekte aus den an Tochtergesellschaften weitergereichten Devisentermingeschäften in Höhe von 8 Mio US-Dollar (Vorjahr: Devisenswaps in Höhe von 25 Mio US-Dollar) gehalten werden und zusammen in einer Bewertungseinheit bilanziert sind.

Finanzinstrumente zur Absicherung des Zinsrisikos

Unter Zinsrisiko versteht die ProSiebenSat.1 Media SE das Risiko steigender Finanzierungskosten durch einen Anstieg des Zinsniveaus. Die ProSiebenSat.1 Media SE ist durch ihre variabel verzinslichen finanziellen Darlehen einem Zinsrisiko ausgesetzt. Instrumente zur Absicherung des Zinsrisikos stellen Zinsswaps sowie Zinsoptionen (z. B. Zinscaps) dar. Zum 31. Dezember 2021 waren sämtliche Zinsswaps in Bewertungseinheiten designiert, demgegenüber werden Zinsoptionen überwiegend freistehend bilanziert.

Freistehende Derivate zur Absicherung des Zinsrisikos

Die ProSiebenSat.1 Media SE sichert das Zinsrisiko auch mit freistehenden Zinsoptionen ab. Bei den Zinsoptionen erwirbt die ProSiebenSat.1 SE als Käuferin das Recht, aber nicht die Verpflichtung, zukünftige variable Zinszahlungen gegen feste Zinszahlungen zu tauschen oder eine Ausgleichszahlung in Höhe der Differenz, zwischen der im Optionsvertrag vereinbarten und der aus dem Marktzins ermittelten Zinszahlung zu erhalten. Damit kommt es effektiv ebenfalls zu einer Überführung der zukünftigen variablen Zinszahlungen in fixe Zinszahlungen, aber nur dann, wenn dies für die ProSiebenSat.1 SE vorteilhaft ist. Für das erworbene Tauschrecht ist eine Optionsprämie zu leisten. Da die Zinsderivate ausschließlich der Absicherung des bestehenden Zinsrisikos dienen, besteht keine Glattstellungsintention. Zum 31. Dezember 2021 waren Zinscaps in Höhe von 1.000 Mio Euro (Vorjahr: 1.000 Mio Euro) im Bestand. Sie sichern das Zinsrisiko bis 2024 ab, wobei im Zeitraum von 2022 bis 2023 ein Volumen von 453 Mio vorwiegend das Zinsrisiko aus potenziellen Finanzierungsmaßnahmen und möglichen Ziehungen aus der bestehenden revolvierenden Kreditfazilität absichert. Die durchschnittliche Zinsobergrenze der Zinscaps beläuft sich zum 31.Dezember 2021 auf 0,0 Prozent p.a. (Vorjahr: 0,0 % p.a.) für den Zeitraum bis 2024.

Bewertungseinheiten zur Absicherung des Zinsrisikos

Neben den vorher genannten freistehenden Derivaten sichert die ProSiebenSat.1 Media SE das Zinsrisiko mit Zinsswaps ab, die in Bewertungseinheiten designiert sind (Mikro Hedge). Bei Zinsswaps werden variable Zinszahlungen gegen feste Zinszahlungen getauscht. Dadurch werden die zukünftigen, variabel verzinslichen und somit unsicheren Zinszahlungen der Darlehen kompensiert und durch festverzinsliche Zinszahlungen ersetzt.

Zum 31. Dezember 2021 hält die ProSiebenSat.1 SE wie im Vorjahr Zinsswaps mit einem Nominalvolumen in Höhe von insgesamt 1.000 Mio Euro (Vorjahr: 1.000 Mio EUR), die das Euribor-Zinsrisiko im Zeitraum bis 2023 absichern und als Sicherungsinstrumente in Bewertungseinheiten designiert wurden. Diese Zinsswaps sind analog zu den gesicherten Grundgeschäften mit einer Zinsuntergrenze ausgestattet.

Der durchschnittliche Festzinssatz der Zinsswaps beläuft sich zum 31. Dezember 2021 auf 0,5 Prozent p.a. (Vorjahr: 0,5 % p.a.).

Bei den im Rahmen des Zinsrisikomanagements gesteuerten Finanzverbindlichkeiten liegt der Festzinsanteil bezogen auf den Nominalbetrag der gesamten Finanzverbindlichkeiten zum 31.Dezember 2021 bei 100 Prozent (Vorjahr: ca. 95 %).

Vorstand und Aufsichtsrat

Die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE einschließlich ihrer Mitgliedschaft in anderen gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten und vergleichbaren Kontrollgremien sind im Anhang in den Abschnitten „Mitglieder des Vorstands“ und „Mitglieder des Aufsichtsrats“ aufgeführt.

Die Gesellschaft hat den Mitgliedern des Vorstands und des Aufsichtsrats weder Darlehen gewährt noch für diese Bürgschaften oder Gewährleistungen übernommen.

Die Vergütung der Vorstandsmitglieder der ProSiebenSat.1 Media SE beträgt im Berichtsjahr 6 Mio Euro (Vorjahr: 8 Mio Euro). In diesen Vergütungen sind variable Bestandteile (inklusive sonstiger Vergütungen) in Höhe von 3 Mio Euro (Vorjahr: 5 Mio Euro) und Nebenleistungen in Höhe von 0 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) enthalten. Zudem erhalten die Vorstandsmitglieder eine langfristige aktienbasierte Vergütungskomponente. Der Zeitwert der im Geschäftsjahr 2021 gewährten aktienbasierten Vergütungskomponente betrug 3 Mio Euro (Vorjahr: 3 Mio Euro) bzw. 220.135 Performance Share Units (Vorjahr: 259.995 Performance Share Units).

An ehemalige Mitglieder des Vorstands wurden im Geschäftsjahr 2021 Gesamtbezüge in Höhe von 3 Mio Euro (Vorjahr: 10 Mio Euro) ausbezahlt. Darüber hinaus wurden an ehemalige Mitglieder des Vorstands Versorgungsleistungen in Höhe von 1 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro) gezahlt.

Für Pensionszusagen gegenüber zum 31. Dezember 2021 amtierenden Mitgliedern des Vorstands hat die ProSiebenSat.1 Media SE einen Erfüllungsbetrag vor Saldierung mit dem Deckungsvermögen in Höhe von 1 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro) berücksichtigt. Für Pensionsverpflichtungen gegenüber ehemaligen Mitgliedern des Vorstands ergab sich zum 31. Dezember 2021 ein Erfüllungsbetrag in Höhe von insgesamt 28 Mio Euro (Vorjahr: 27 Mio Euro) vor Saldierung mit dem Deckungsvermögen.

Die Leistungen an den Vorstand sind – bis auf den Performance Share Plan und Pensionsansprüche – alle kurzfristig fällig.

Für den Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE sind im Berichtsjahr Aufwendungen in Höhe von 2 Mio Euro (Vorjahr: 2 Mio Euro) angefallen.

Die Vergütung des Aufsichtsrats ist in der Satzung der Gesellschaft festgelegt.

Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten für jedes volle Geschäftsjahr ihrer Zugehörigkeit zum Aufsichtsrat eine feste jährliche Vergütung. Für den Vorsitzenden des Aufsichtsrats beträgt die feste Vergütung 250.000 Euro, für seinen Stellvertreter 150.000 Euro sowie für alle sonstigen Mitglieder des Aufsichtsrats 100.000 Euro. Der Vorsitzende eines Ausschusses des Aufsichtsrats erhält zusätzlich eine feste jährliche Vergütung von 30.000 Euro, für den Vorsitzenden des Audit and Finance Committee beträgt die zusätzliche feste Vergütung 50.000 Euro. Für die Mitgliedschaft in einem Ausschuss des Aufsichtsrats erhalten die Mitglieder des Aufsichtsrats ferner eine feste jährliche Vergütung in Höhe von 7.500 Euro. Darüber hinaus erhalten die Mitglieder des Aufsichtsrats für jede persönliche Teilnahme an einer Sitzung des Aufsichtsrats ein Sitzungsgeld in Höhe von 2.000 Euro. Für den Vorsitzenden des Aufsichtsrats beträgt das Sitzungsgeld 3.000 Euro für jede persönliche Teilnahme an einer Aufsichtsratssitzung. Für mehrere Sitzungen, die an einem Tag stattfinden, wird das Sitzungsgeld nur einmal gezahlt. Eine erfolgsorientierte variable Vergütung wird nicht gewährt.

Die aktuellen Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats halten zum Stichtag 31. Dezember 2021 insgesamt unmittelbar 336.626 Aktien (Vorjahr: 233.337 Aktien) der ProSiebenSat.1 Media SE. Dies entspricht einem Prozentualen Anteil am Grundkapital von 0,1 Prozent (Vorjahr: 0,1 %).

Nach Artikel 19 der Marktmissbrauchsverordnung (MAR) müssen die Mitglieder des Vorstands und Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE Wertpapiergeschäfte mit Bezug auf die ProSiebenSat.1 Aktie melden. Meldepflichtig sind ferner Wertpapiergeschäfte naher Angehöriger.

Für das Geschäftsjahr 2021 wurden der ProSiebenSat.1 Media SE 10 Geschäfte gemeldet, bei denen Mitglieder des Aufsichtsrats 31.478 Aktien gekauft haben und 7 Geschäfte gemeldet, bei denen Mitglieder des Vorstands 78.868 Aktien gekauft haben. Für das Geschäftsjahr 2020 wurden der ProSiebenSat.1 Media SE insgesamt 9 Geschäfte gemeldet, bei denen Mitglieder des Aufsichtsrats 20.974 Aktien gekauft haben. Diese Geschäfte hat die ProSiebenSat.1 Media SE unverzüglich nach Artikel 19 MAR auf ihrer Internetseite (www.prosiebensat1.com) bekannt gemacht.

Konzernzugehörigkeit

Die ProSiebenSat.1 Media SE, Unterföhring, erstellt als deutsche Muttergesellschaft einen Konzernabschluss. Der Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE wird unter Anwendung der International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der EU anzuwenden sind, erstellt (§ 315e HGB). Der Konzernabschluss wird im elektronischen Bundesanzeiger bekannt gemacht.

Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex

Vorstand und Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE haben im Dezember 2021 gemeinsam die nach § 161 AktG vorgeschriebene jährliche Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex abgegeben und der Öffentlichkeit auf der Internetseite der ProSiebenSat.1 Media SE (www.prosiebensat1.com) dauerhaft zugänglich gemacht.

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Es haben sich nach dem Abschlussstichtag keine Ereignisse mit wesentlichem Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft ergeben.

Stimmrechtsmitteilungen

Gemäß § 160 Abs. 1 Nr. 8 AktG sind Angaben über das Bestehen von Beteiligungen zu machen, die der ProSiebenSat.1 Media SE nach § 33 Abs. 1 oder Abs. 2 des Wertpapierhandelsgesetzes (WpHG) mitgeteilt worden sind.

Der folgenden Tabelle können die im Geschäftsjahr 2021 mitgeteilten meldepflichtigen Beteiligungen entnommen werden. Die Angaben sind jeweils der zeitlich letzten Mitteilung eines Meldepflichtigen an die Gesellschaft entnommen worden. Sämtliche Beteiligungsmeldungen wurden von der ProSiebenSat.1 Media SE im Geschäftsjahr 2021 gemäß WpHG veröffentlicht und sind auf der Unternehmenswebsite abrufbar (http://www.prosiebensat1.de/de/investor-relations/publikationen/stimmrechtsmitteilungen).

Es wird darauf hingewiesen, dass die Angaben zu der Beteiligung in Prozent und in Stimmrechten zwischenzeitlich überholt sein können.

Meldepflichtiger	Datum der Schwellen-berührung	Datum der Veröffent-lichung	Meldeschwelle	Direkt (§ 33 WpHG)	Indirekt (§ 34 WpHG)	Beteiligung in %	Beteiligung in Stimm-rechten
BlackRock Inc., Wilmington, Delaware, USA	01.10.2021	06.10.2021	3 % Unterschreitung		x	2,998	6.984.884
Morgan Stanley, Wilmington, Delaware, USA	08.06.2021	15.06.2021	3 % Unterschreitung		x	2,72	6.338.548
Patrik Tkáč[1]	10.03.2021	17.03.2021	3 % Unterschreitung		x	2,97	6.916.073
Daniel Křetínský[1]	10.03.2021	17.03.2021	3 % Unterschreitung		x	2,97	6.916.073
Roman Korbačka[1]	25.01.2021	01.02.2021	3 % Unterschreitung		x	0,00	0
Silvio Berlusconi[2]	02.12.2021	03.12.2021	15 % Überschreitung		x	19,11	44.530.597
Credit Suisse Group AG, Zürich, Schweiz	26.10.2021	02.11.2021	3 % Unterschreitung		x	0,56	1.298.091
KKR Management LLP[3], Wilmington, Delaware, USA	13.01.2021	15.01.2021	3 % Unterschreitung		x	0,28	655.215
KKR SP Limited[3], George Town, Grand Cayman, Kaimaninseln	13.01.2021	15.01.2021	3 % Unterschreitung		x	0,28	655.215

1 Name des Aktionärs mit weniger als 3 % Stimmrechten: RUBY Equity Investment S.à r.l.
2 Name des Aktionärs mit 15 % oder mehr Stimmrechten: MFE-MEDIAFOREUROPE N.V., Mediaset España Communicatión, S.A.
3 Name des Aktionärs mit weniger als 3 % Stimmrechten: Europe V Opportunistic Investors L. P.

ENTWICKLUNG DES ANLAGEVERMÖGENS IM GESCHÄFTSJAHR 2021

in Tsd Euro

	Anschaffungskosten				
	01.01.2021	**Zugänge**	**Abgänge**	**Umbuchungen**	**31.12.2021**
I. Immaterielle Vermögensgegenstände					
1. Entgeltlich erworbene gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte	8.232,8	26,5	1.209,1	384,3	7.434,5
2. Geleistete Anzahlungen	542,0	253,6	—	−384,3	411,3
	8.774,8	**280,1**	**1.209,1**	**—**	**7.845,8**
II. Sachanlagen					
1. Bauten auf fremden Grundstücken	127.493,3	5.714,4	33.515,7	1.294,3	100.986,3
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	14.799,8	343,5	2.485,0	40,3	12.698,6
3. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	9.118,9	19.888,4	—	−1.334,6	27.672,7
	151.412,0	**25.946,3**	**36.000,7**	**—**	**141.357,6**
III. Finanzanlagen					
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	8.028.677,6	39.821,3	729.550,0	—	7.338.948,9
2. Ausleihungen an verbundenen Unternehmen	113.174,9	—	66.921,0	—	46.253,9
3. Beteiligungen	6,3	—	—	—	6,3
4. Wertpapiere des Anlagevermögens	5.147,9	—	18,1	—	5.129,8
5. Sonstige Ausleihungen	25.019,9	588,1	1.120,2	—	24.487,8
	8.172.026,6	**40.409,4**	**797.609,3**	**—**	**7.414.826,7**
Summe	**8.332.213,4**	**66.635,8**	**834.819,1**	**—**	**7.564.030,1**

ENTWICKLUNG DES ANLAGEVERMÖGENS IM GESCHÄFTSJAHR 2021

	Kumulierte Abschreibungen/Zuschreibungen				
	01.01.2021	Zugänge	Abgänge	Zuschreibungen	31.12.2021
I. Immaterielle Vermögensgegenstände					
1. Entgeltlich erworbene gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte	6.074,4	1.238,2	1.209,1	—	6.103,5
2. Geleistete Anzahlungen	7,8	—	—	—	7,8
	6.082,2	**1.238,2**	**1.209,1**	**—**	**6.111,3**
II. Sachanlagen					
1. Bauten auf fremden Grundstücken	84.342,4	6.231,0	33.515,6	—	57.057,8
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	10.699,0	1.141,4	2.432,6	—	9.407,8
3. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	—	—	—	—	—
	95.041,4	**7.372,4**	**35.948,2**	**—**	**66.465,6**
III. Finanzanlagen					
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	259.255,9	—	243.986,9	—	15.269,0
2. Ausleihungen an verbundenen Unternehmen	—	1.656,9	—	—	1.656,9
3. Beteiligungen	—	—	—	—	—
4. Wertpapiere des Anlagevermögens	1.005,3	228,3	—	—	1.233,6
5. Sonstige Ausleihungen	275,5	294,0	—	—	569,5
	260.536,7	**2.179,2**	**243.986,9**	**—**	**18.729,0**
Summe	**361.660,3**	**10.789,8**	**281.144,2**	**—**	**91.305,9**

ENTWICKLUNG DES ANLAGEVERMÖGENS IM GESCHÄFTSJAHR 2021

	Restbuchwerte	
	31.12.2020	31.12.2021
I. Immaterielle Vermögensgegenstände		
1. Entgeltlich erworbene gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte	2.158,3	1.331,0
2. Geleistete Anzahlungen	534,2	403,5
	2.692,5	**1.734,5**
II. Sachanlagen		
1. Bauten auf fremden Grundstücken	43.150,9	43.928,6
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	4.100,8	3.290,8
3. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	9.118,9	27.672,7
	56.370,6	**74.892,0**
III. Finanzanlagen		
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	7.769.421,7	7.323.679,8
2. Ausleihungen an verbundenen Unternehmen	113.174,9	44.597,0
3. Beteiligungen	6,3	6,3
4. Wertpapiere des Anlagevermögens	4.142,6	3.896,2
5. Sonstige Ausleihungen	24.744,4	23.918,3
	7.911.489,9	**7.396.097,5**
Summe	**7.970.553,0**	**7.472.724,0**

MITGLIEDER DES VORSTANDS

Mitglieder des Vorstands der ProSiebenSat.1 Media SE sowie deren Mandate in Aufsichtsräten[1]		
Rainer Beaujean, Vorstandsvorsitzender (Group CEO)	Finanzvorstand (CFO) seit 1. Juli 2019, Vorstandssprecher & Finanzvorstand (CFO) seit 26. März 2020, Vorstandsvorsitzender (Group CEO) seit 1. Januar 2022	Inländische Mandate: NCG NUCOM GROUP SE, Unterföhring (Mitglied des Aufsichtsrats und Aufsichtsratsvorsitzender), Virtual Minds GmbH, Freiburg im Breisgau (Mitglied des Aufsichtsrats und Aufsichtsratsvorsitzender bis 26. August 2021), Joyn GmbH, München (Beiratsmitglied), ParshipMeet Holding GmbH, Hamburg (Beiratsmitglied und Beiratsvorsitzender), Jochen Schweizer mydays Holding GmbH, München (Beiratsmitglied und Beiratsvorsitzender seit 1. September 2021), Rheinische Post Mediengruppe GmbH, Düsseldorf (Mitglied des Aufsichtsrats), Rheinische Post Verlagsgesellschaft mbH, Düsseldorf (Mitglied des Aufsichtsrats)
Wolfgang Link, Vorstandsmitglied (verantwortlich für Entertainment)	Vorstandsmitglied	Inländische Mandate: Joyn GmbH, München (Beiratsmitglied), ParshipMeet Holding GmbH, Hamburg (Beiratsmitglied) Ausländisches Mandat: ProSiebenSat.1 Puls 8 TV AG, Zürich, Schweiz (Vizepräsident des Verwaltungsrats bis 31. März 2021)
Christine Scheffler, Vorstandsmitglied (verantwortlich für HR, Compliance & Sustainability)	Vorstandsmitglied	Inländische Mandate: NCG - NUCOM GROUP SE, Unterföhring (Mitglied des Aufsichtsrats seit 1. Juli 2021), ParshipMeet Holding GmbH, Hamburg (Beiratsmitglied seit 13. August 2021)
Ralf Peter Gierig, Vorstandsmitglied & Finanzvorstand (Group CFO)	Vorstandsmitglied & Finanzvorstand (Group CFO) seit 1. Januar 2022	Inländisches Mandat: NCG - NUCOM GROUP SE, Unterföhring (Mitglied des Aufsichtsrats und Stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender)

1 Die Darstellung der Mandate beschreibt die Mitgliedschaften in nach deutschen Gesetzen zu bildenden Aufsichtsräten sowie Mitgliedschaften in vergleichbaren in- und ausländischen Kontrollgremien von Wirtschaftsunternehmen

MITGLIEDER DES AUFSICHTSRATS

Mitglieder des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE sowie deren Mandate in anderen Aufsichtsräten[1]

Dr. Werner Brandt, Vorsitzender	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG seit 26. Juni 2014 / der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 Aufsichtsratsvorsitzender der RWE AG	Inländische Mandate: RWE AG, Essen Siemens AG, Berlin/München
Dr. Marion Helmes, Stellvertretende Vorsitzende	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG seit 26. Juni 2014 / der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 Mitglied in verschiedenen Aufsichtsräten	Inländisches Mandat: Siemens Healthineers AG, Erlangen Ausländische Mandate: British American Tobacco p.l.c., London, Vereinigtes Königreich, Heineken N.V., Amsterdam, Niederlande
Lawrence A. Aidem	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG seit 26. Juni 2014 / der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 Reverb Advisors (Managing Partner)	Mandate: keine
Adam Cahan	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG seit 26. Juni 2014 / der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 bis 12. November 2021 Pax Labs, Inc. (CEO)	Ausländisches Mandat: PAX Labs Inc, San Francisco, USA
Erik Huggers	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG seit 26. Juni 2014 / der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 Selbständiger Unternehmer	Ausländische Mandate: WeTransfer B.V., Amsterdam, Niederlande Hexagon AB, Stockholm, Schweden
Marjorie Kaplan	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE seit 16. Mai 2018 Merryck & Co (Consultant & Mentor)	Ausländisches Mandat: ArtBnk, LLC, Newmarket, New Hampshire, USA
Ketan Mehta	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE seit 24. November 2015 Allen & Company LLC (Managing Director)	Mandate: keine
Dr. Antonella Mei-Pochtler	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE seit 13. April 2020 Sonderberaterin des Österreichischen Bundeskanzlers und Leitung von ThinkAustria, der Strategie- und Planungseinheit des Kanzleramts, Wien, Österreich	Inländisches Mandat: Westwing Group AG, München Ausländische Mandate: Assicurazioni Generali SpA, Mailand, Italien Publicis Groupe S.A., Paris, Frankreich SIPRA, Elfenbeinküste
Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 Mitglied in verschiedenen Aufsichtsräten	Inländische Mandate: Continental AG, Hannover Covestro AG, Leverkusen Covestro Deutschland AG, Leverkusen
Dr. Andreas Wiele	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE seit 13. Februar 2022 (gerichtlich bestellt) Unternehmensgründer, Giano Capital (General Partner)	Ausländische Mandate: Giano Capital S.à r.l., Genf, Schweiz Giano Capital Management S.à r.l., Luxemburg OakTree Power Ltd., London, Vereinigtes Königreich

1 Die Darstellung der Mandate beschreibt die Mitgliedschaften in anderen nach deutschen Gesetzen zu bildenden Aufsichtsräten sowie Mitgliedschaften in vergleichbaren in- und ausländischen Kontrollgremien von Wirtschaftsunternehmen



ANTEILSBESITZLISTE NACH § 285 NR. 11 HGB DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE ZUM 31. DEZEMBER 2021

Name der Gesellschaft	Sitz	Anteils-beziehung	Beteili-gung**	Währung***	Eigenkapital in Tausend *	Jahres-ergebnis in *	Fuss-note
Verbundene Unternehmen							
Deutschland							
7Love Holding GmbH	Hamburg	indirekt	96,93	EUR	729.119	-358	
Aboalarm GmbH	München	indirekt	100,00	EUR	2.014	-904	
AdClear GmbH	Berlin	indirekt	100,00	EUR	301	-222	
ADITION technologies AG	Düsseldorf	indirekt	100,00	EUR	2.258	0	2
AdTech S8 GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	56.872	10.719	
be Around GmbH	Berlin	indirekt	100,00	EUR	-3.978	-3.828	
be Around Holding GmbH	Berlin	indirekt	80,00	EUR	121.293	-62	
Blitz 21-956 GmbH	München	indirekt	100,00	EUR	- / -	- / -	1
esome advertising technologies GmbH	Hamburg	indirekt	100,00	EUR	11.479	1.770	
eSports.com GSA GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	-213	-829	
Fem Media GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	53.732	-332	
Flaconi Gesellschaftertreuhand GmbH	Berlin	indirekt	100,00	EUR	- / -	- / -	1
Flaconi GmbH	Berlin	indirekt	100,00	EUR	21.908	0	2
Flaconi Logistik GmbH & Co. KG	Berlin	indirekt	100,00	EUR	- / -	- / -	1
Glomex GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	18.905	0	2
Jochen Schweizer GmbH	München	indirekt	100,00	EUR	-81.906	-6.731	
Jochen Schweizer mydays Holding GmbH	München	indirekt	89,90	EUR	152.015	-11.039	
JSMD Event GmbH	München	indirekt	100,00	EUR	580	-538	
Kairion GmbH	Frankfurt am Main	indirekt	100,00	EUR	-673	-1.838	
LOVOO GmbH	Dresden	indirekt	100,00	EUR	6.294	1.237	
Marketplace GmbH	Berlin	indirekt	100,00	EUR	110.782	-458	
marktguru Deutschland GmbH	München	indirekt	90,00	EUR	2.352	2.345	
Masterpiece Gaming GmbH	Norderstedt	indirekt	100,00	EUR	25	0	4
MMP Event GmbH	Köln	indirekt	100,00	EUR	-538	-980	
mydays GmbH	München	indirekt	100,00	EUR	-75.648	-21.534	
NCG - NUCOM GROUP SE	Unterföhring	direkt	71,59	EUR	1.052.862	443.458	7
NCG Commerce GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	578.395	544	2
P7S1 SBS Holding GmbH	Unterföhring	direkt	100,00	EUR	538.960	0	2
PARSHIP ELITE Service GmbH	Hamburg	indirekt	100,00	EUR	95	0	2
Parship Group GmbH	Hamburg	indirekt	100,00	EUR	611.410	28.285	
ParshipMeet Holding GmbH	Hamburg	direkt	55,00	EUR	1.151.027	-94	8
PE Digital GmbH	Hamburg	indirekt	100,00	EUR	25.000	0	2
PEG Management GmbH & Co. KG	Unterföhring	indirekt	30,30	EUR	15.843	0	3
ProSiebenSat.1 Achte Verwaltungsgesellschaft mbH	Unterföhring	direkt	100,00	EUR	26	0	2
ProSiebenSat.1 Digital Content GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	89.432	-97.689	
ProSiebenSat.1 Digital Data GmbH	Unterföhring	direkt	100,00	EUR	6.257	0	2
ProSiebenSat.1 Einundzwanzigste Verwaltungsgesellschaft mbH	Unterföhring	direkt	100,00	EUR	25	0	2
ProSiebenSat.1 Entertainment Investment GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	3.175	0	2
ProSiebenSat.1 Erste Verwaltungsgesellschaft mbH	Unterföhring	direkt	100,00	EUR	25	0	2
ProSiebenSat.1 Fünfzehnte Verwaltungsgesellschaft mbH	Unterföhring	direkt	100,00	EUR	25	0	2
ProSiebenSat.1 GP GmbH	Heidelberg	indirekt	100,00	EUR	71	-14	
ProSiebenSat.1 GP II GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	116	-13	
ProSiebenSat.1 Services GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	12	-3.134	
ProSiebenSat.1 Tech Solutions GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	91.913	0	2
ProSiebenSat.1 Warehouse GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	8.292	-9	
Pyjama Pictures GmbH	Berlin	indirekt	55,00	EUR	-720	-766	

Red Arrow Studios GmbH	Unterföhring	direkt	100,00	EUR	279.881	0	2
Red Arrow Studios International GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	125	0	2
RedSeven Entertainment GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	25	0	2
Regiondo GmbH	München	indirekt	100,00	EUR	3.454	-1.785	
SAM Sports - Starwatch Artist Management GmbH	Hamburg	indirekt	100,00	EUR	-1.088	-1.705	
Sat.1 Norddeutschland GmbH	Hannover	indirekt	100,00	EUR	25	0	2
Seven.One AdFactory GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	32.671	0	2
Seven.One Entertainment Group GmbH	Unterföhring	direkt	100,00	EUR	2.763.218	0	2
Seven.One Media GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	5.997	0	2
Seven.One Pay TV GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	5.225	0	2
Seven.One Production GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	37.978	0	2
Seven.One Sports GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	40.962	0	2
SevenOne Capital (Holding) GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	50.024	0	2
SevenPictures Film GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	2.268	0	2
SevenVentures GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	132.248	0	2
SilverTours GmbH	Köln	indirekt	100,00	EUR	13.595	0	2
SMARTSTREAM.TV GmbH	München	indirekt	91,00	EUR	20.344	4.755	
Studio 71 GmbH	Berlin	indirekt	100,00	EUR	3.335	403	
Stylight GmbH	München	indirekt	100,00	EUR	10.505	1.213	
The ADEX GmbH	Berlin	indirekt	100,00	EUR	578	-16	
THMMS Holding GmbH	Hamburg	indirekt	100,00	EUR	523.535	-7	
TMG Holding Germany GmbH	Berlin	indirekt	100,00	EUR	17.018	24	
tv weiss-blau Rundfunkprogrammanbieter GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	1.027	0	2
Verivox Finanzvergleich GmbH	Heidelberg	indirekt	100,00	EUR	28	0	2
Verivox GmbH	Heidelberg	indirekt	100,00	EUR	35.848	0	2
Verivox Holding GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	221.692	8.905	
Verivox Versicherungsvergleich GmbH	Heidelberg	indirekt	100,00	EUR	1.623	0	2
Virtual Minds GmbH	Freiburg im Breisgau	indirekt	100,00	EUR	62.327	46.616	
VX Sales Solutions GmbH	Heidelberg	indirekt	100,00	EUR	6.969	0	2
wetter.com GmbH	Konstanz	indirekt	100,00	EUR	6.111	0	2
yieldlab AG	Hamburg	indirekt	100,00	EUR	2.632	378	
Armenien							
Marktguru LLC	Jerewan	indirekt	100,00	AMD	27.194	7.999	
Australien							
eHarmony Australia Pty Limited	Sydney	indirekt	100,00	AUD	-/-	-/-	1
Dänemark							
Snowman Productions ApS	Kopenhagen	indirekt	100,00	DKK	34.934	10.832	
Israel							
July August Communications and Productions Ltd.	Tel Aviv	indirekt	100,00	ILS	6.759	2.717	
The Band´s Visit LP	Tel Aviv	indirekt	55,00	ILS	-/-	-/-	1
Malta							
Masterpiece Gaming Limited	Valletta	indirekt	100,00	EUR	-/-	-/-	1
Mexiko							
Quepasa.com de Mexico, S.A. de C.V.	Hermosillo	indirekt	100,00	MXN	-/-	-/-	1
Niederlande							
P7S1 Broadcasting Holding I B.V.	Amsterdam	indirekt	100,00	EUR	50.724	573	
SNDC8 B.V.	Amsterdam	indirekt	100,00	EUR	50.790	8.466	
Österreich							
ATV Privat TV GmbH	Wien	indirekt	100,00	EUR	27	0	
ATV Privat TV GmbH & Co KG	Wien	indirekt	100,00	EUR	14.882	5.833	
ProSieben Austria GmbH	Wien	indirekt	100,00	EUR	58	8	
ProSiebenSat.1Puls 4 GmbH	Wien	indirekt	100,00	EUR	18.858	7.103	
Puls 4 TV GmbH	Wien	indirekt	100,00	EUR	34	0	
PULS 4 TV GmbH & Co KG	Wien	indirekt	100,00	EUR	588	-3.718	

SAT.1 Privatrundfunk und Programmgesellschaft m.b.H	Wien	indirekt	75,50	EUR	3.099	2.760	
SevenVentures Austria GmbH	Wien	indirekt	100,00	EUR	1.873	634	
Visivo Consulting GmbH	Wien	indirekt	63,78	EUR	486	375	
Rumänien							
MyVideo Broadband S.R.L.	Bukarest	indirekt	100,00	RON	1.928	-94	
Regiondo Software S.R.L.	Sibiu	indirekt	100,00	RON	-765	71	
Schweden							
Snowman Productions AB	Stockholm	indirekt	100,00	SEK	9.833	-221	
Snowman Scripted AB	Stockholm	indirekt	100,00	SEK	132	-454	
Schweiz							
ADITION Schweiz GmbH in liquidazione	Locarno	indirekt	100,00	CHF	328	7	
Jochen Schweizer mydays CH AG in Liquidation	Zürich	indirekt	100,00	CHF	290	54	
Seven.One Entertainment Group Schweiz AG	Zürich	indirekt	100,00	CHF	13.043	12.773	
SevenVentures (Schweiz) AG	Zürich	indirekt	100,00	CHF	8.080	234	
Verivox Schweiz AG in Liquidation	Zürich	indirekt	100,00	CHF	-27.581	-211	
Serbien							
esome advertising technologies d.o.o. Beograd	Belgrad	indirekt	100,00	RSD	29.427	7.131	
Spanien							
SilverTours Technology S.L.	Alicante	indirekt	100,00	EUR	364	-8	
Türkei							
Karga Seven Pictures Yapım Anonim Şirketi	Istanbul	indirekt	100,00	TRY	-25.015	-6.059	
Ukraine							
Glomex TOV	Kiew	indirekt	100,00	UAH	- / -	- / -	1
Vereinigtes Königreich							
ADITION UK Limited	Cullompton	indirekt	74,00	GBP	6	4	
CPL Good Vibrations Limited	London	indirekt	100,00	GBP	140	-3	9
CPL Productions Limited	London	indirekt	100,00	GBP	1.791	522	
CPL RB Limited	Londond	indirekt	100,00	GBP	- / -	- / -	1
CPL Tiny Beast Limited	London	indirekt	100,00	GBP	- / -	- / -	1
eHarmony UK Limited	London	indirekt	100,00	GBP	-3.264	-462	
Endor (Vienna 2) Limited	London	indirekt	100,00	GBP	- / -	- / -	1
Endor (Vienna) Limited	London	indirekt	100,00	GBP	0	0	10
Endor Productions Limited	London	indirekt	100,00	GBP	-382.451	-26.261	
Glomex Limited	Birmingham	indirekt	100,00	GBP	33	-1	6
LHB Limited	London	indirekt	100,00	GBP	458	0	
P7S1 Broadcasting (UK) Limited	London	indirekt	100,00	GBP	- / -	- / -	1
ProSiebenSat.1 Digital Content GP Limited	London	indirekt	100,00	GBP	44.292	58	
ProSiebenSat.1 Digital Content LP	London	indirekt	99,15	GBP	- / -	- / -	1
Red Arrow Studios Limited	London	indirekt	100,00	GBP	5.828	-1.391	
Spider Pictures Limited	London	indirekt	100,00	GBP	- / -	- / -	1
Studio 71 UK Limited	London	indirekt	100,00	GBP	178	-2.133	
Vereinigte Staaten von Amerika							
44 Blue Productions, LLC	Wilmington, DE	indirekt	100,00	US-DOLLAR	- / -	- / -	1
44 Blue Studios, LLC	Wilmington, DE	indirekt	65,00	US-DOLLAR	15.309	-3.098	
8383 Productions, LLC	Beverly Hills, CA	indirekt	100,00	US-DOLLAR	- / -	- / -	1
95 Ends LLC	New York, NY	indirekt	100,00	US-DOLLAR	- / -	- / -	1
ASM Inc.	Castle Rock, CO	indirekt	100,00	US-DOLLAR	- / -	- / -	1
Boxcar Studios, LLC	Los Angeles, CA	indirekt	100,00	US-DOLLAR	- / -	- / -	1
Brady 44, LLC	Los Angeles, CA	indirekt	100,00	US-DOLLAR	- / -	- / -	1
By Dint Productions, LLC	New York, NY	indirekt	100,00	US-DOLLAR	- / -	- / -	1
Champ 44 Music Publishing, LLC	Wilmington, DE	indirekt	100,00	US-DOLLAR	- / -	- / -	1
Code D TV, LLC	Wilmington, DE	indirekt	100,00	US-DOLLAR	- / -	- / -	1
Collected Labs LLC	Wilmington, DE	indirekt	100,00	US-DOLLAR	- / -	- / -	1
Collective Digital Studio GP, LLC	Wilmington, DE	indirekt	100,00	US-DOLLAR	- / -	- / -	1
Crow Magnon, LLC	Wilmington, DE	indirekt	62,40	US-DOLLAR	18.680	-2.527	
Delirium TV, LLC	Wilmington, DE	indirekt	100,00	US-DOLLAR	- / -	- / -	1

Digital Air LLC	Beverly Hills, CA	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Digital Atoms, LLC	Beverly Hills, CA	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Digital Bytes, LLC	Beverly Hills, CA	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Digital Cacophony, LLC	Beverly Hills, CA	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Digital Demand LLC	Wilmington, DE	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Digital Diffusion, LLC	Beverly Hills, CA	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Digital Echo, LLC	Beverly Hills, CA	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Digital Fire LLC	Beverly Hills, CA	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Dogs Top Ten LLC	Castle Rock, CO	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Dorsey Entertainment LLC	Castle Rock, CO	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Dorsey Multimedia LLC	Castle Rock, CO	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Dorsey Pictures, LLC	Dover, DE	indirekt	84,00	US-DOLLAR	23.192	1.620	
Driving Force TV, LLC	Wilmington, DE	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
eHarmony, Inc.	Wilmington, DE	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Fabrik Entertainment, LLC	Wilmington, DE	indirekt	100,00	US-DOLLAR	8.350	3.310	
Fortitude Production Services, LLC	Dover, DE	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Fourteenth Hour Productions, LLC	Beverly Hills, CA	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
GTG Production Services LLC	Los Angeles, CA	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Half Yard Productions, LLC	Wilmington, DE	indirekt	100,00	US-DOLLAR	13.922	-3.779	
HI5 Inc.	Wilmington, DE	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Ifwe Inc.	Wilmington, DE	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Initech, LLC	Olympia, WA	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Jot It Down Productions, LLC	Wilmington, DE	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
K OPS TV Louisiana, LLC	Baton Rouge, LA	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Karga Seven Pictures, LLC	Los Angeles, CA	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Keep it Down Music Publishing, LLC	Los Angeles, CA	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Kenilworth Productions Inc.	Dover, DE	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Kinetic Content Publishing LLC	Wilmington, DE	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Kinetic Content, LLC	Wilmington, DE	indirekt	100,00	US-DOLLAR	29.984	9.215	
Kinetic Operations LLC	Wilmington, DE	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Kingdom TV Productions, LLC	Wilmington, DE	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
KinPro Music Publishing LLC	Wilmington, DE	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Kinpro LLC	Wilmington, DE	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Lacunae Productions LLC	New York, NY	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	
Left/Right Holdings, LLC	Dover, DE	indirekt	100,00	US-DOLLAR	55.100	6.180	
Left/Right, LLC	Dover, DE	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Move Along Music Publishing, LLC	Los Angeles, CA	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Moving Pieces TV, LLC	Wilmington, DE	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Moving TV LLC	Wilmington, DE	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
NAR Pictures, LLC	Los Angeles, CA	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
New Kinetic, LLC	Wilmington, DE	indirekt	48,46	US-DOLLAR	584	-1.216	
New Picture Perfect, LLC	Wilmington, DE	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Next of Kin TV, LLC	Los Angeles, CA	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Node Productions, LLC	Beverly Hills, CA	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Ovrture, LLC	Los Angeles, CA	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Pacific View TV, LLC	Wilmington, DE	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
ParshipMeet US Holding Inc.	Wilmington, DE	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Pave Network, LLC	Beverly Hills, CA	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
PBP, LLC	Baton Rouge, LA	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Peripatetic Productions LLC	New York, NY	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Prank Film, LLC	Beverly Hills, CA	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Presidio Post, LLC	Los Angeles, CA	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Production Connection LLC	Wilmington, DE	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Ranger Media, LLC	Wilmington, DE	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Red Arrow Studios International, Inc.	Wilmington, DE	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Skout, LLC	Wilmington, DE	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Studio 71 (Canada), Inc.	Beverly Hills, CA	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1

Studio 71, LP	Wilmington, DE	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Stylight Inc.	Lewes, DE	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
The Fred Channel, LLC	Beverly Hills, CA	indirekt	70,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
The Meet Group, Inc.	Wilmington, DE	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
The Weekly, LLC	New York, NY	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Third Voice Productions, Inc.	Dover, DE	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Three Tables Music LLC	Wilmington, DE	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
WDSP LLC	New York, NY	indirekt	100,00	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Assoziierte Unternehmen							
Deutschland							
AGF Videoforschung GmbH	Frankfurt am Main	direkt	16,66	EUR	-/-	-/-	1
BuzzBird Beteiligungsgesellschaft mbH	Berlin	indirekt	42,92	EUR	-/-	-/-	1
Corint Media GmbH	Berlin	indirekt	30,46	EUR	-/-	-/-	1
koakult GmbH	Berlin	indirekt	33,33	EUR	-/-	-/-	1
Sportority Germany GmbH	München	indirekt	40,00	EUR	-/-	-/-	1
SPREE Interactive GmbH	Nürnberg	indirekt	19,55	EUR	-/-	-/-	1
Urban Sports GmbH	Berlin	indirekt	16,08	EUR	-/-	-/-	1
Kanada							
Mad Rabbit Productions, Inc.	Toronto	indirekt	25,00	CAD	-/-	-/-	1
Schweiz							
Goldbach Audience (Switzerland) AG	Küsnacht (ZH)	indirekt	24,95	CHF	-/-	-/-	1
Goldbach Media (Switzerland) AG	Küsnacht (ZH)	indirekt	22,96	CHF	-/-	-/-	1
Swiss Radioworld AG	Küsnacht (ZH)	indirekt	22,96	CHF	-/-	-/-	1
Vereinigtes Königreich							
Cove Pictures Limited	London	indirekt	25,00	GBP	-/-	-/-	1
Vereinigte Staaten von Amerika							
Remagine Media Ventures, L.P.	Wilmington, DE	indirekt	30,50	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Gemeinschaftsunternehmen							
Deutschland							
d-force GmbH	Freiburg im Breisgau	indirekt	50,00	EUR	-/-	-/-	1
Joyn GmbH	München	indirekt	50,00	EUR	-6.023	-150.135	
Vereinigtes Königreich							
European Broadcaster Exchange (EBX) Limited	London	indirekt	25,00	GBP	-/-	-/-	1
Nit Television Limited	London	indirekt	50,01	GBP	-/-	-/-	1
Sonstige wesentlichen Beteiligungen							
Deutschland							
tink GmbH	Berlin	indirekt	16,23	EUR	495	-8.254	5
Kaimaninseln							
Minute Media Inc. (vormals: Sportority Limited)	Grand Cayman	indirekt	3,52	US-DOLLAR	-/-	-/-	1
Luxemburg							
FRIDAY Insurance S.A.	Bartringen	indirekt	12,59	EUR	82.931	-35.680	

1 Keine Angaben verfügbar, Unternehmen in 2021 erworben oder gegründet bzw. in Liquidation.
2 Diese Gesellschaften haben einen Ergebnisabführungsvertrag geschlossen, daher wird das handelsrechtliche HGB-Ergebnis nach Ergebnisabführung ausgewiesen.
3 Ein Tochterunternehmen der ProSiebenSat.1 Media SE ist persönlich haftender Gesellschafter dieser Gesellschaft.
4 Rumpfwirtschaftsjahr vom 20. November bis 31. Dezember 2020.
5 Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2019.
6 Geschäftsjahr vom 1. Juni 2019 bis 31. Mai 2020.
7 Rumpf-Geschäftsjahr vom 1. August bis 31. Dezember 2020.
8 Rumpf-Geschäftsjahr vom 24. Juni bis 31. Dezember 2020.
9 Geschäftsjahr vom 1. Februar 2020 bis 31. Januar 2021.
10 Geschäftsjahr vom 1. September 2019 bis 31. August 2020.

* Soweit nicht anders angegeben sind die Werte zu Eigenkapital und Jahresergebnis dem letzten vorliegenden, nach lokalem Recht aufgestellten Jahresabschluss (Geschäftsjahr 1. Januar bis zum 31. Dezember 2020) entnommen sofern veröffentlicht.
** Die Höhe des Anteilsbesitzes gibt die direkte Beteiligungshöhe des unmittelbaren Anteilseigners bzw. der unmittelbaren Anteilseigner an.
*** Folgende Umrechnungskurse sind für die angegebenen Werte zu Eigenkapital und Jahresergebnis maßgeblich:

1 Euro entspricht	Stichtagskurs 31.12.2020	Durchschnittskurs 2020
AMD	641,06	558,45
AUD	1,59	1,65
CAD	1,56	1,53
CHF	1,08	1,07
DKK	7,44	7,45
GBP	0,9	0,89
ILS	3,95	3,93
MXN	24,42	24,35
RON	4,87	4,84
RSD	117,56	117,58
SEK	10,03	10,48
TRY	9,11	8,05
UAH	34,78	30,86
US-DOLLAR	1,23	1,14

Unterföhring, den 1. März 2022

Rainer Beaujean

Vorstandsvorsitzender (Group CEO)

Ralf Peter Gierig

Vorstandsmitglied & Finanzvorstand (Group CFO)

Wolfgang Link

Vorstandsmitglied

Christine Scheffler

Vorstandsmitglied

VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Jahresabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens- Finanz- und Ertragslage der ProSiebenSat.1 Media SE vermittelt und im Lagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage der Gesellschaft so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung der Gesellschaft beschrieben sind.

Unterföhring, den 1. März 2022

Rainer Beaujean
Vorstandsvorsitzender (Group CEO)

Ralf Peter Gierig
Vorstandsmitglied & Finanzvorstand (Group CFO)

Wolfgang Link
Vorstandsmitglied

Christine Scheffler
Vorstandsmitglied

BESTÄTIGUNGSVERMERK DES UNABHÄNGIGEN ABSCHLUSSPRÜFERS

An die ProSiebenSat.1 Media SE

VERMERK ÜBER DIE PRÜFUNG DES JAHRESABSCHLUSSES UND DES LAGEBERICHTS

PRÜFUNGSURTEILE

Wir haben den Jahresabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE, Unterföhring,
– bestehend aus der Bilanz zum 31. Dezember 2021 und der Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2021 bis zum 31. Dezember 2021 sowie dem Anhang, einschließlich der Darstellung der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden – geprüft. Darüber hinaus haben wir den Lagebericht der ProSiebenSat.1 Media SE für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2021 bis zum 31. Dezember 2021 geprüft. Die auf der im Lagebericht angegebenen Internetseite veröffentlichten Erklärung zur Unternehmensführung nach § 289f HGB, die Bestandteil des Lageberichts ist, haben wir in Einklang mit den deutschen gesetzlichen Vorschriften nicht inhaltlich geprüft.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse

– entspricht der beigefügte Jahresabschluss in allen wesentlichen Belangen den deutschen, für Kapitalgesellschaften geltenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens- und Finanzlage der Gesellschaft zum 31. Dezember 2021 sowie ihrer Ertragslage für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2021 bis zum 31. Dezember 2021 und

– vermittelt der beigefügte Lagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft. In allen wesentlichen Belangen steht dieser Lagebericht in Einklang mit dem Jahresabschluss, entspricht den deutschen gesetzlichen Vorschriften und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar. Unser Prüfungsurteil zum Lagebericht erstreckt sich nicht auf den Inhalt der oben genannten Erklärung zur Unternehmensführung.

Gemäß § 322 Abs. 3 Satz 1 HGB erklären wir, dass unsere Prüfung zu keinen Einwendungen gegen die Ordnungsmäßigkeit des Jahresabschlusses und des Lageberichts geführt hat.

Grundlage für die Prüfungsurteile

Wir haben unsere Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts in Übereinstimmung mit § 317 HGB und der EU-Abschlussprüferverordnung (Nr. 537/2014; im Folgenden „EU-APrVO“) unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführt. Unsere Verantwortung nach diesen Vorschriften und Grundsätzen ist im Abschnitt „Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts“ unseres Bestätigungsvermerks weitergehend beschrieben. Wir sind von dem Unternehmen unabhängig in Übereinstimmung mit den europarechtlichen sowie den deutschen handelsrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und haben unsere sonstigen deutschen Berufspflichten in Übereinstimmung mit diesen

Anforderungen erfüllt. Darüber hinaus erklären wir gemäß Artikel 10 Abs. 2 Buchst. f) EU-APrVO, dass wir keine verbotenen Nichtprüfungsleistungen nach Artikel 5 Abs. 1 EU-APrVO erbracht haben. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zum Jahresabschluss und zum Lagebericht zu dienen.

Besonders wichtige Prüfungssachverhalte in der Prüfung des Jahresabschlusses

Besonders wichtige Prüfungssachverhalte sind solche Sachverhalte, die nach unserem pflichtgemäßen Ermessen am bedeutsamsten in unserer Prüfung des Jahresabschlusses für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2021 bis zum 31. Dezember 2021 waren. Diese Sachverhalte wurden im Zusammenhang mit unserer Prüfung des Jahresabschlusses als Ganzem und bei der Bildung unseres Prüfungsurteils hierzu berücksichtigt; wir geben kein gesondertes Prüfungsurteil zu diesen Sachverhalten ab.

Nachfolgend beschreiben wir den aus unserer Sicht besonders wichtigen Prüfungssachverhalt:

BEWERTUNG DER ANTEILE AN VERBUNDENEN UNTERNEHMEN

Gründe für die Bestimmung als besonders wichtiger Prüfungssachverhalt

Die Anteile an verbundenen Unternehmen werden jährlich von der Gesellschaft einem Werthaltigkeitstest unterzogen, um einen möglichen Abschreibungs- bzw. Zuschreibungsbedarf zu ermitteln. Das Ergebnis der den Werthaltigkeitstests zugrunde liegenden Bewertungen ist in hohem Maße davon abhängig, wie die gesetzlichen Vertreter die künftigen Zahlungsmittelzuflüsse einschätzen und die jeweils verwendeten Diskontierungszinssätze ableiten.

Die Anteile an verbundenen Unternehmen stellen im Jahresabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE einen wesentlichen Teil der Vermögensgegenstände dar. Bei der Durchführung des Werthaltigkeitstests besteht aufgrund der Ermessenspielräume bezüglich der oben genannten Parameter sowie der Einschätzung der voraussichtlichen Dauerhaftigkeit einer Wertminderung aus unserer Sicht ein bedeutsames Risiko einer fehlerhaften Bewertung. Die Bewertung der Anteile an verbundenen Unternehmen war daher im Rahmen unserer Prüfung ein besonders wichtiger Prüfungssachverhalt.

Prüferisches Vorgehen

Im Rahmen unserer Prüfungshandlungen haben wir uns ein Verständnis über den von den gesetzlichen Vertretern der ProSiebenSat.1 Media SE implementierten Prozess zur Ermittlung der beizulegenden Zeitwerte der Anteile an verbundenen Unternehmen einschließlich der Bilanzierungs- und Bewertungsvorgaben verschafft und auf mögliche Fehlerrisiken analysiert.

Wir haben die den Bewertungsverfahren zugrunde gelegten Unternehmensplanungen durch einen Vergleich mit den in der Vergangenheit tatsächlich erzielten Ergebnissen und den aktuellen Entwicklungen der Geschäftszahlen analysiert, auch unter Berücksichtigung möglicher Folgewirkungen aus der COVID-19 Pandemie. In diese Analyse haben wir auch die im Geschäftsjahr realisierte und zukünftig prognostizierte Marktentwicklung vergleichbarer Unternehmen einbezogen. Bei der Würdigung der zugrunde liegenden Unternehmensplanungen haben wir die erwartete Geschäfts- und Ergebnisentwicklung mit den Planungsverantwortlichen erörtert und mit der aktuellen Geschäftsentwicklung verglichen.

Unter Einbeziehung unserer internen Bewertungsspezialisten haben wir das Bewertungsmodell unter anderem auf Vereinbarkeit mit den berufsständischen Verlautbarungen IDW RS HFA 10 und IDW S 1 beurteilt und die sonstigen wesentlichen Bewertungsannahmen, wie beispielsweise den Diskontierungszinssatz und die Wachstumsrate, auf Basis einer Analyse der allgemeinen Marktindikatoren gewürdigt. Die Ableitung des Diskontierungszinssatzes haben wir gewürdigt, in dem wir insbesondere Vergleichsunternehmen hinterfragt, die Marktdaten mit externen Nachweisen abgeglichen und die rechnerische Richtigkeit überprüft haben.

Um ein mögliches Wertminderungsrisiko zu erkennen, haben wir mit Hilfe von eigenen Sensitivitätsanalysen die Ergebnisse des Werthaltigkeitstests darüber hinaus daraufhin untersucht, welche Veränderungen in bestimmten Bewertungsparametern zu einem abweichenden Urteil hinsichtlich Wertminderungsbedarf bei Anteilen an verbundenen Unternehmen führen würden.

Aus unseren Prüfungshandlungen haben sich hinsichtlich der Bewertung der Anteile an verbundenen Unternehmen keine Einwendungen ergeben.

Verweis auf zugehörige Angaben

Zu den bezüglich der Finanzanlagen angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsgrundlagen verweisen wir auf die Angaben im Anhang im Abschnitt „Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze“. Die Entwicklung der Finanzanlagen ist im Abschnitt „Erläuterung zur Bilanz“ unter Kapitel „Finanzanlagen“ dargestellt.

Sonstige Informationen

Die gesetzlichen Vertreter sind für die sonstigen Informationen verantwortlich. Die sonstigen Informationen umfassen die oben genannte Erklärung zur Unternehmensführung nach § 289f HGB und die Versicherung der gesetzlichen Vertreter nach § 289 Abs. 1 S. 5 HGB.

Unsere Prüfungsurteile zum Jahresabschluss und Lagebericht erstrecken sich nicht auf die sonstigen Informationen, und dementsprechend geben wir weder ein Prüfungsurteil noch irgendeine andere Form von Prüfungsschlussfolgerung hierzu ab.

Im Zusammenhang mit unserer Prüfung haben wir die Verantwortung, die sonstigen Informationen zu lesen und dabei zu würdigen, ob die sonstigen Informationen

- wesentliche Unstimmigkeiten zum Jahresabschluss, Lagebericht oder unseren bei der Prüfung erlangten Kenntnissen aufweisen oder
- anderweitig wesentlich falsch dargestellt erscheinen.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter und des Aufsichtsrats für den Jahresabschluss und den Lagebericht

Die gesetzlichen Vertreter sind verantwortlich für die Aufstellung des Jahresabschlusses, der den deutschen, für Kapitalgesellschaften geltenden handelsrechtlichen Vorschriften in allen wesentlichen Belangen entspricht, und dafür, dass der Jahresabschluss unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft vermittelt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie in Übereinstimmung mit den deutschen Grundsätzen ordnungsmäßiger Buchführung als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung eines Jahresabschlusses zu ermöglichen, der frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist.

Bei der Aufstellung des Jahresabschlusses sind die gesetzlichen Vertreter dafür verantwortlich, die Fähigkeit der Gesellschaft zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu beurteilen. Des Weiteren haben sie die Verantwortung, Sachverhalte in Zusammenhang mit der Fortführung der Unternehmenstätigkeit, sofern einschlägig, anzugeben. Darüber hinaus sind sie dafür verantwortlich, auf der Grundlage des Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu bilanzieren, sofern dem nicht tatsächliche oder rechtliche Gegebenheiten entgegenstehen.

Außerdem sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Aufstellung des Lageberichts, der insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Jahresabschluss in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Vorkehrungen und Maßnahmen (Systeme), die sie als notwendig erachtet haben, um die Aufstellung eines Lageberichts in Übereinstimmung mit den anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften zu ermöglichen und um ausreichende geeignete Nachweise für die Aussagen im Lagebericht erbringen zu können.

Der Aufsichtsrat ist verantwortlich für die Überwachung des Rechnungslegungsprozesses der Gesellschaft zur Aufstellung des Jahresabschlusses und des Lageberichts.

Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts

Unsere Zielsetzung ist, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob der Jahresabschluss als Ganzes frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist, und ob der Lagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Jahresabschluss sowie mit den bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnissen in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt, sowie einen Bestätigungsvermerk zu erteilen, der unsere Prüfungsurteile zum Jahresabschluss und zum Lagebericht beinhaltet.

Hinreichende Sicherheit ist ein hohes Maß an Sicherheit, aber keine Garantie dafür, dass eine in Übereinstimmung mit § 317 HGB und der EU-APrVO unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführte Prüfung eine wesentliche falsche Darstellung stets aufdeckt. Falsche Darstellungen können aus Verstößen oder Unrichtigkeiten resultieren und werden als wesentlich angesehen, wenn vernünftigerweise erwartet werden könnte, dass sie einzeln oder insgesamt die auf der Grundlage dieses Jahresabschlusses und Lageberichts getroffenen wirtschaftlichen Entscheidungen von Adressaten beeinflussen.

Während der Prüfung üben wir pflichtgemäßes Ermessen aus und bewahren eine kritische Grundhaltung. Darüber hinaus

– identifizieren und beurteilen wir die Risiken wesentlicher – beabsichtigter oder unbeabsichtigter – falscher Darstellungen im Jahresabschluss und im Lagebericht, planen und führen Prüfungshandlungen als Reaktion auf diese Risiken durch sowie erlangen Prüfungsnachweise, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zu dienen. Das Risiko, dass wesentliche falsche Darstellungen nicht aufgedeckt werden, ist bei Verstößen höher als bei Unrichtigkeiten, da Verstöße betrügerisches Zusammenwirken, Fälschungen, beabsichtigte Unvollständigkeiten, irreführende Darstellungen bzw. das Außerkraftsetzen interner Kontrollen beinhalten können;

- gewinnen wir ein Verständnis von dem für die Prüfung des Jahresabschlusses relevanten internen Kontrollsystem und den für die Prüfung des Lageberichts relevanten Vorkehrungen und Maßnahmen, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit dieser Systeme der Gesellschaft abzugeben;

- beurteilen wir die Angemessenheit der von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsmethoden sowie die Vertretbarkeit der von den gesetzlichen Vertretern dargestellten geschätzten Werte und damit zusammenhängenden Angaben;

- ziehen wir Schlussfolgerungen über die Angemessenheit des von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit sowie, auf der Grundlage der erlangten Prüfungsnachweise, ob eine wesentliche Unsicherheit im Zusammenhang mit Ereignissen oder Gegebenheiten besteht, die bedeutsame Zweifel an der Fähigkeit der Gesellschaft zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit aufwerfen können. Falls wir zu dem Schluss kommen, dass eine wesentliche Unsicherheit besteht, sind wir verpflichtet, im Bestätigungsvermerk auf die dazugehörigen Angaben im Jahresabschluss und im Lagebericht aufmerksam zu machen oder, falls diese Angaben unangemessen sind, unser jeweiliges Prüfungsurteil zu modifizieren. Wir ziehen unsere Schlussfolgerungen auf der Grundlage der bis zum Datum unseres Bestätigungsvermerks erlangten Prüfungsnachweise. Zukünftige Ereignisse oder Gegebenheiten können jedoch dazu führen, dass die Gesellschaft ihre Unternehmenstätigkeit nicht mehr fortführen kann;

- beurteilen wir die Gesamtdarstellung, den Aufbau und den Inhalt des Jahresabschlusses einschließlich der Angaben sowie ob der Jahresabschluss die zugrunde liegenden Geschäftsvorfälle und Ereignisse so darstellt, dass der Jahresabschluss unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft vermittelt;

- beurteilen wir den Einklang des Lageberichts mit dem Jahresabschluss, seine Gesetzesentsprechung und das von ihm vermittelte Bild von der Lage der Gesellschaft;

- führen wir Prüfungshandlungen zu den von den gesetzlichen Vertretern dargestellten zukunftsorientierten Angaben im Lagebericht durch. Auf Basis ausreichender geeigneter Prüfungsnachweise vollziehen wir dabei insbesondere die den zukunftsorientierten Angaben von den gesetzlichen Vertretern zugrunde gelegten bedeutsamen Annahmen nach und beurteilen die sachgerechte Ableitung der zukunftsorientierten Angaben aus diesen Annahmen. Ein eigenständiges Prüfungsurteil zu den zukunftsorientierten Angaben sowie zu den zugrunde liegenden Annahmen geben wir nicht ab. Es besteht ein erhebliches unvermeidbares Risiko, dass künftige Ereignisse wesentlich von den zukunftsorientierten Angaben abweichen.

Wir erörtern mit den für die Überwachung Verantwortlichen unter anderem den geplanten Umfang und die Zeitplanung der Prüfung sowie bedeutsame Prüfungsfeststellungen, einschließlich etwaiger Mängel im internen Kontrollsystem, die wir während unserer Prüfung feststellen.

Wir geben gegenüber den für die Überwachung Verantwortlichen eine Erklärung ab, dass wir die relevanten Unabhängigkeitsanforderungen eingehalten haben, und erörtern mit ihnen alle Beziehungen und sonstigen Sachverhalte, von denen vernünftigerweise angenommen werden kann, dass sie sich auf unsere Unabhängigkeit auswirken, und die hierzu getroffenen Schutzmaßnahmen.

Wir bestimmen von den Sachverhalten, die wir mit den für die Überwachung Verantwortlichen erörtert haben, diejenigen Sachverhalte, die in der Prüfung des Jahresabschlusses für den aktuellen Berichtszeitraum am bedeutsamsten waren und daher die besonders wichtigen

Prüfungssachverhalte sind. Wir beschreiben diese Sachverhalte im Bestätigungsvermerk, es sei denn, Gesetze oder andere Rechtsvorschriften schließen die öffentliche Angabe des Sachverhalts aus.

SONSTIGE GESETZLICHE UND ANDERE RECHTLICHE ANFORDERUNGEN

Vermerk über die Prüfung der für Zwecke der Offenlegung erstellten elektronischen Wiedergaben des Jahresabschlusses und des Lageberichts nach § 317 Abs. 3a HGB

Prüfungsurteil

Wir haben gemäß § 317 Abs. 3a HGB eine Prüfung mit hinreichender Sicherheit durchgeführt, ob die in der Datei ProSiebenSat.1 Media_SE_JA+LB_ESEF-2021-12-31.zip (SHA-256-Prüfsumme: fa9482afdf8faf8c1c5a283de43116de44092320c54cde370f56b960ba924314) enthaltenen und für Zwecke der Offenlegung erstellten Wiedergaben des Jahresabschlusses und des Lageberichts (im Folgenden auch als „ESEF-Unterlagen“ bezeichnet) den Vorgaben des § 328 Abs. 1 HGB an das elektronische Berichtsformat („ESEF-Format“) in allen wesentlichen Belangen entsprechen. In Einklang mit den deutschen gesetzlichen Vorschriften erstreckt sich diese Prüfung nur auf die Überführung der Informationen des Jahresabschlusses und des Lageberichts in das ESEF-Format und daher weder auf die in diesen Wiedergaben enthaltenen noch auf andere in der oben genannten Datei enthaltene Informationen.

Nach unserer Beurteilung entsprechen die in der oben genannten Datei enthaltenen und für Zwecke der Offenlegung erstellten Wiedergaben des Jahresabschlusses und des Lageberichts in allen wesentlichen Belangen den Vorgaben des § 328 Abs. 1 HGB an das elektronische Berichtsformat. Über dieses Prüfungsurteil sowie unsere im voranstehenden „Vermerk über die Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts“ enthaltenen Prüfungsurteile zum beigefügten Jahresabschluss und zum beigefügten Lagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2021 hinaus geben wir keinerlei Prüfungsurteil zu den in diesen Wiedergaben enthaltenen Informationen sowie zu den anderen in der oben genannten Datei enthaltenen Informationen ab.

Grundlage für das Prüfungsurteil

Wir haben unsere Prüfung der in der oben genannten beigefügten Datei enthaltenen Wiedergaben des Jahresabschlusses und des Lageberichts in Übereinstimmung mit § 317 Abs. 3a HGB unter Beachtung des IDW Prüfungsstandards: Prüfung der für Zwecke der Offenlegung erstellten elektronischen Wiedergaben von Abschlüssen und Lageberichten nach § 317 Abs. 3a HGB (IDW PS 410) durchgeführt. Unsere Verantwortung danach ist im Abschnitt „Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung der ESEF-Unterlagen“ weitergehend beschrieben. Unsere Wirtschaftsprüferpraxis hat die Anforderungen an das Qualitätssicherungssystem des IDW Qualitätssicherungsstandards: Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüfer-praxis (IDW QS 1) angewendet.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter und des Aufsichtsrats für die ESEF-Unterlagen

Die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft sind verantwortlich für die Erstellung der ESEF-Unterlagen mit den elektronischen Wiedergaben des Jahresabschlusses und des Lageberichts nach Maßgabe des § 328 Abs. 1 Satz 4 Nr. 1 HGB.

Ferner sind die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig erachten, um die Erstellung der ESEF-Unterlagen zu ermöglichen, die frei von

wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – Verstößen gegen die Vorgaben des § 328 Abs. 1 HGB an das elektronische Berichtsformat sind.

Der Aufsichtsrat ist verantwortlich für die Überwachung der Erstellung der ESEF-Unterlagen als Teil des Rechnungslegungsprozesses.

Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung der ESEF-Unterlagen

Unsere Zielsetzung ist, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob die ESEF-Unterlagen frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – Verstößen gegen die Anforderungen des § 328 Abs. 1 HGB sind. Während der Prüfung üben wir pflichtgemäßes Ermessen aus und bewahren eine kritische Grundhaltung. Darüber hinaus

– identifizieren und beurteilen wir die Risiken wesentlicher – beabsichtigter oder unbeabsichtigter – Verstöße gegen die Anforderungen des § 328 Abs. 1 HGB, planen und führen Prüfungshandlungen als Reaktion auf diese Risiken durch sowie erlangen Prüfungsnachweise, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unser Prüfungsurteil zu dienen;

– gewinnen wir ein Verständnis von den für die Prüfung der ESEF-Unterlagen relevanten internen Kontrollen, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit dieser Kontrollen abzugeben;

– beurteilen wir die technische Gültigkeit der ESEF-Unterlagen, d.h. ob die die ESEF-Unterlagen enthaltende Datei die Vorgaben der Delegierten Verordnung (EU) 2019/815 in der zum Abschlussstichtag geltenden Fassung an die technische Spezifikation für diese Datei erfüllt;

– beurteilen wir, ob die ESEF-Unterlagen eine inhaltsgleiche XHTML-Wiedergabe des geprüften Jahresabschlusses und des geprüften Lageberichts ermöglichen.

Übrige Angaben gemäß Artikel 10 EU-APrVO

Wir wurden von der Hauptversammlung am 1. Juni 2021 als Abschlussprüfer gewählt. Wir wurden am 31. August 2021 vom Aufsichtsrat beauftragt. Wir sind seit dem Geschäftsjahr 2019 als Abschlussprüfer der ProSiebenSat.1 Media SE tätig.

Wir erklären, dass die in diesem Bestätigungsvermerk enthaltenen Prüfungsurteile mit dem zusätzlichen Bericht an den Prüfungsausschuss nach Artikel 11 EU-APrVO (Prüfungsbericht) in Einklang stehen.

Wir haben für die Jahresabschlussprüfung ein Honorar von EUR 0,2. erhalten.

Wir haben folgende Leistungen, die nicht im Jahresabschluss oder im Lagebericht angegeben wurden, zusätzlich zur Abschlussprüfung für das geprüfte Unternehmen bzw. für die von diesem beherrschten Unternehmen erbracht: Nicht gesetzlich vorgeschriebene Bestätigungsleistungen in Bezug auf Finanzinformationen und ein Assessment der Governance-Struktur.

Sonstiger Sachverhalt – Verwendung des Bestätigungsvermerks

Unser Bestätigungsvermerk ist stets im Zusammenhang mit dem geprüften Jahresabschluss und dem geprüften Lagebericht sowie den geprüften ESEF-Unterlagen zu lesen. Der in das ESEF-Format überführte Jahresabschluss und Lagebericht – auch die im Bundesanzeiger bekanntzumachenden Fassungen – sind lediglich elektronische Wiedergaben des geprüften Jahresabschlusses und des geprüften Lageberichts und treten nicht an deren Stelle. Insbesondere

ist der ESEF-Vermerk und unser darin enthaltenes Prüfungsurteil nur in Verbindung mit den in elektronischer Form bereitgestellten geprüften ESEF-Unterlagen verwendbar.

Verantwortlicher Wirtschaftsprüfer

Die für die Prüfung verantwortliche Wirtschaftsprüferin ist Nathalie Mielke.

Berlin, 1. März 2022

Ernst & Young GmbH

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Prof. Dr. Hayn	Mielke
Wirtschaftsprüfer	Wirtschaftsprüferin

IMPRESSUM/ KONTAKTE

PRESSE
ProSiebenSat.1 Media SE
Konzernkommunikation
Medienallee 7
85774 Unterföhring
Tel.: +49 [0]89 95 07—11 45
Fax: +49 [0]89 95 07—11 59
E-Mail: info@prosiebensat1.com

INVESTOR RELATIONS
ProSiebenSat.1 Media SE
Investor Relations
Medienallee 7
85774 Unterföhring
Tel.: +49 [0]89 95 07—15 02
Fax: +49 [0]89 95 07—15 21
E-Mail: aktie@prosiebensat1.com

HERAUSGEBER
ProSiebenSat.1 Media SE
Medienallee 7
85774 Unterföhring
Tel.: +49 [0]89 95 07—10
Fax: +49 [0]89 95 07—11 21
www.ProSiebenSat1.com
HRB 219 439 AG München

INHALT & GESTALTUNG
ProSiebenSat.1 Media SE
Konzernkommunikation

nexxar GmbH, Wien, Österreich

DIE PROSIEBENSAT.1 GROUP IM INTERNET

Diese und andere Veröffentlichungen sowie Informationen über die ProSiebenSat.1 Group erhalten Sie im Internet unter der Adresse
www.ProSiebenSat1.com

ZUKUNFTSGERICHTETE AUSSAGEN

Dieser Bericht beinhaltet zukunftsgerichtete Aussagen über die ProSiebenSat.1 Media SE und die ProSiebenSat.1 Group, die mitunter durch Verwen-dung der Begriffe „erwarten", „beabsichtigen", „planen", „annehmen", „das Ziel verfolgen" und ähnliche Formulierungen kenntlich gemacht werden. Eine Vielzahl von Faktoren, von denen zahlreiche außerhalb des Einflussbereichs der ProSiebenSat.1 Media SE liegen, beeinflusst die Geschäfts-aktivitäten, den Erfolg, die Geschäftsstrategie und die Ergebnisse der ProSiebenSat.1 Media SE. Zukunftsorientierte Aussagen sind keine historischen Fakten und beinhalten daher bekannte und unbekannte Risiken, Unsicherheiten und andere wichtige Faktoren, die dazu führen könnten, dass die tatsächlichen Ergebnisse von den erwarteten Ergebnissen abweichen. Diese in die Zukunft gerichteten Aussagen beruhen auf gegenwärtigen Plänen, Zielen, Schätzungen und Prognosen und berücksichtigen Erkenntnisse nur bis einschließlich des Datums der Erstellung dieses Berichts. In Anbetracht dieser Risiken, Ungewissheiten sowie anderer wichtiger Faktoren übernimmt die ProSiebenSat.1 Media SE keine Verpflichtung und beabsichtigt auch nicht, derartige zukunftsgerichtete Aussagen fortzuschreiben und an zukünftige Ereignisse und Entwicklungen anzupassen. Obwohl mit größtmöglicher Sorgfalt sichergestellt wird, dass die hierin bereitgestellten Informationen und Fakten zutreffend und dass die Meinungen und Erwartungen angemessen sind, wird keine Haftung oder Garantie auf Vollständigkeit, Richtigkeit, Angemessenheit und/oder Genauigkeit jeglicher hier enthaltener Informationen und Meinungen übernommen. Dieser Bericht liegt ebenfalls in einer englischen Übersetzung vor; bei Abweichungen geht die deutsche maßgebliche Fassung des Berichts der englischen Übersetzung vor.